



No. 4731/MD-D/SD-S1/2021

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH CALON JAMAAH UMRAH DI PT. BIMALYNDU  
HAJAR ASWAD PEKANBARU**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata (S1) Manajemen Dakwah (S.Sos)

Oleh :

**HIKMAH TURRAHMI**  
**NIM. 11740423814**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU**

**2021**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
كلية الدعوة و علم الاتصال  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION  
Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web:www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

**Persetujuan Pembimbing Skripsi**

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi, serta perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara:

Nama	: Hikmah Turrahmi
Nim	: 11740423814
Jurusan	: Manajemen Dakwah
Judul skripsi	: Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Umrah di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas serta memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Pembimbing

Imron Rosidi, MA. Ph. D  
NIP. 19811118 200901 1 006

Khairuddin, M.Ag  
NIP. 197208172009101002





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة والاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

### PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : HIKMAH TURRAHMI  
NIM : 11740423814  
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Umrah Di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 01 Juli 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 15 Juli 2021

Dekan,

Imron Rosidi, S.Pd., M.A., P.hD  
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Dr. Nurdin, M.A  
NIP. 196606202006041015

Sekretaris/ Penguji II

Nur Alhidayatillah, M.Kom.I  
NIP. 130 417 027

Penguji III

Khairuddin, M.Ag  
NIP. 197208172009101002

Penguji IV

Rafdeadi, S.Sos.I., M.A  
NIP. 198212252011011001



# Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
كلية الدعوة و الاتصال  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION  
J. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampon Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761 562051  
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: lalin-sq@Pekanbaru-indo.net.id

## PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji Pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Hikmah Turrahmi  
NIM : 11740423814  
Judul : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEREKRUT  
CALON JAMAAH UMRAH DI PT. BYMALINDO HAJAR  
ASWAD PEKANBARU

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 13 Juli 2020

Dapat diterima untuk dilanjutkan Menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 14 Juli 2020

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Khairuddin M Ag  
NIP. 197208172009101002

Penguji II,

Artis, S. Ag, M.I. Kom  
NIP. 196806072007011047





# Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Lembar Pernyataan Keaslian/Orsinalitas

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hikmah Turrahmi

NIM : 11740423814

Tempat tanggal lahir : Bangkinang, 01 April 1999

Jurusan : Manajemen Dakwah

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Umrah Di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima karya tulisan ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 21 Juni 2021

Yang membuat pernyataan



**HIKMAH TURRAHMI**

**NIM.11740423814**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**كلية الدعوة و علم الاتصال**

**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 27 April, 2021

Dosen Pembimbing Skripsi

Nomor : Nota Dinas

Kepada Yth,

Lampiran : 5 (Eksemplar) Skripsi

Dekan

Hal : **Pengajuan Ujian Skripsi**  
Komunikasi

Fakultas Dakwah dan

Hikmah Turrahmi

Di Pekanbaru

*Assalamua'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara **Hikmah Turrahmi, NIM. 11740423814** dengan judul **"Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Umrah di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru"** telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing

**Khairuddin, M. Ag**

NIP.197208172009101002




**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama : Hikmah Turrahmi**

**Jurusan : Manajemen Dakwah**

**Judul : Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Umrah Di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru**

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan Bagaimana pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan jumlah calon jamaah umrah di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif pada penelitian ini dilakukan secara menyeluruh, mendeskripsikan semua yang dilihat, didengar dan dirasakan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi dengan pemilik, dan karyawan PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru. Teori yang digunakan adalah model penyusunan pesan. Hasil penelitian ini adalah melalui media sosial facebook, instagram, whatsapp, dan youtube. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah Pemanfaatan media sosial memaksimalkan konten, memaksimalkan desain, memberikan pelayanan yang baik dan memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada media sosial.

**Kata Kunci: Media Sosial, Model Penyusunan Pesan, Pemanfaatan**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ABSTRAK**

**Nama : Hikmah Turrahmi**  
**Department : Management of Dakwah**  
**Title : Utilization of Social Media in Increasing the Number of Candidates for Umrah Pilgrims at PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru**

This study aims to answer the question How the use of social media in increasing the research employs qualitative research, with a descriptive approach as the research methodology. The descriptive approach was used extensively in this study, describing everything that was seen, heard, and felt. Observation, interviews, and documentation with the owners and employees of PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru were used to collect data. The theory employed is a model of message arrangement. This research findings were disseminated via social media platforms include the use of social media to maximize content, maximize design, and provide.

**Keywords : Social Media, Message Arrangement Model, Utilization**





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



*Assalamua'alaikum Wr. Wb*

Puji syukur senantiasa penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, Atas eahmat tauhid serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru”**. Sebagai bentuk arikulasi penulis dan bagian dari tugas penulis sebagai akademisi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya di program studi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Tidak lupa sholawat beserta salam tetap terlimpahkan kepada junjungan alam nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umat-Nya kearah yang benar.

Andai saja orangtua tidak memiliki angan untuk keadaan yang lebih baik bagi anaknya, penulis tidak akan pernah menjadi pengejar impian. Angan orangtua dan impian si anak disambut tangan kedermawanan Hikmah Turrahmi hingga si anak mengecap jenjang pendidikan tinggi.

Skripsi ini merupakan bagian dedikasi dan penghargaan kepada mereka yang telah banyak melimpah-ruahkan kasih sayangnya. Maka tidak heran jika skripsi ini banyak mengambil data dari hasil rekaman hidup penulis jauh di masa lalu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada:

Teristimewa dan tersayang untuk kedua orang tua penulis, ayahanda tercinta Syahril dan Ibunda tersayang Yeni Kasmawati, nenek tersayang Raduiyah, kakek tercinta Zainal Abidin (Alm) dan buat adek-adek tersayang Muhammad Khairul Azmi, Rahmatul Fitri dan Maufirotul Fitri. Semoga semua senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Seluruh keluarga besarku penulis dapat menyelesaikan pendidikan S-1 ini.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dr. Nurdin, MA, beserta Wakil Dekan I, Dr. Masduki, M.Ag, Wakil Dekan II, Dr. Toni Hartono, M.Si, Wakil Dekan III, Dr. Arwan Mas'ud , M.Ag atas kesempatannya menerima penulis untuk belajar di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Imron Rosidi, MA selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komuniaksi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Khairuddin, M. Ag sebagai Sekretaris sekaligus pembimbing yang telah memberikan motivasi dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Imron Rosidi, MA sebagai Penasehat Akademik (PA) yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.

7. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

8. Karyawan/i Fakultas Dakwah dan Komuniaksi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.

Afriadi S. Pd selaku Direktur Utama PT. Bimaly do Hajar Aswad, H. Edi Azhar, M. Ag selaku Komisaris, H. Muhammad Ali, M. Ag selaku Direktur Pemasaran, Marina, A. Md selaku Direktur Keuangan dan pegawai PT. Bimalyndo Hajar Aswad yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.

10. Teristimewa dan Tersayang untuk partner saya Imam Wahyu yang selalu memotivasi saat bersama-sama menempuh skripsi ini untuk memperoleh gelar Sarjana.

11. Sahabat-sahabatku di Manajemen dakwah angkatan 2017 yaitu Robiatul Adawiyah Nasution, Cici Amalia, Wahyuni, Dea Pratiwi Luana, Fitri



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hidayah, Sintya Safitri dan seluruh teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita semua dalam lindungan Allah SWT.

2. Teman KKN desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang, yang telah memberi motivasi dan dukungan menyelesaikan skripsi.

3. Teman-teman seperjuangan Manajemen Dakwah yang selalu peduli dan memberi masukan beserta motivasi selama proses perkuliahan.

4. Sahabat Alumni SMAN 1 Bangkinang, Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar Prov. Riau, Majelis guru dan teman-teman

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. *Aamiin Ya Robbal 'Alamin.*

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pekanbaru, 24 Juli 2021

Penulis

**HIKMAH TURRAHMI**  
**NIM. 11740423814**

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Alasan Pemilihan Judul.....	6
C. Penegasan Istilah.....	6
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	7
F. Sitematika Penulisan .....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR</b>	
A. Kajian Teori .....	9
B. Kajian Teori .....	12
C. Kerangka Pikir .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	25
C. Sumber Data.....	25
D. Informan Penelitian.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Validitas Data.....	28
G. Teknik Analisis Data.....	30
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah berdirinya PT. Bimalyndo Hajar Aswad .....	31
B. Profil PT. Bimalyndo Hajar Aswad .....	32





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Visi, Misi dan Tujuan PT. Bimalyndo Hajar Aswad .....	32
D. Struktur PT. Bimalyndo Hajar Aswad .....	33
E. Perizinan PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru .....	35
F. Manajemen Layanan PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru .....	35
G. Program Kerja PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru .....	36
H. Sumber Daya Manusia PT. Bimalyndo Hajar Aswad .....	39
I. Pencapaian PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru .....	40

**BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	42
B. Pembahasan .....	63

**BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	66

**DAFTAR PUSTAKA .....**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN .....**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Table 2.1 Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah .....	9
---	---





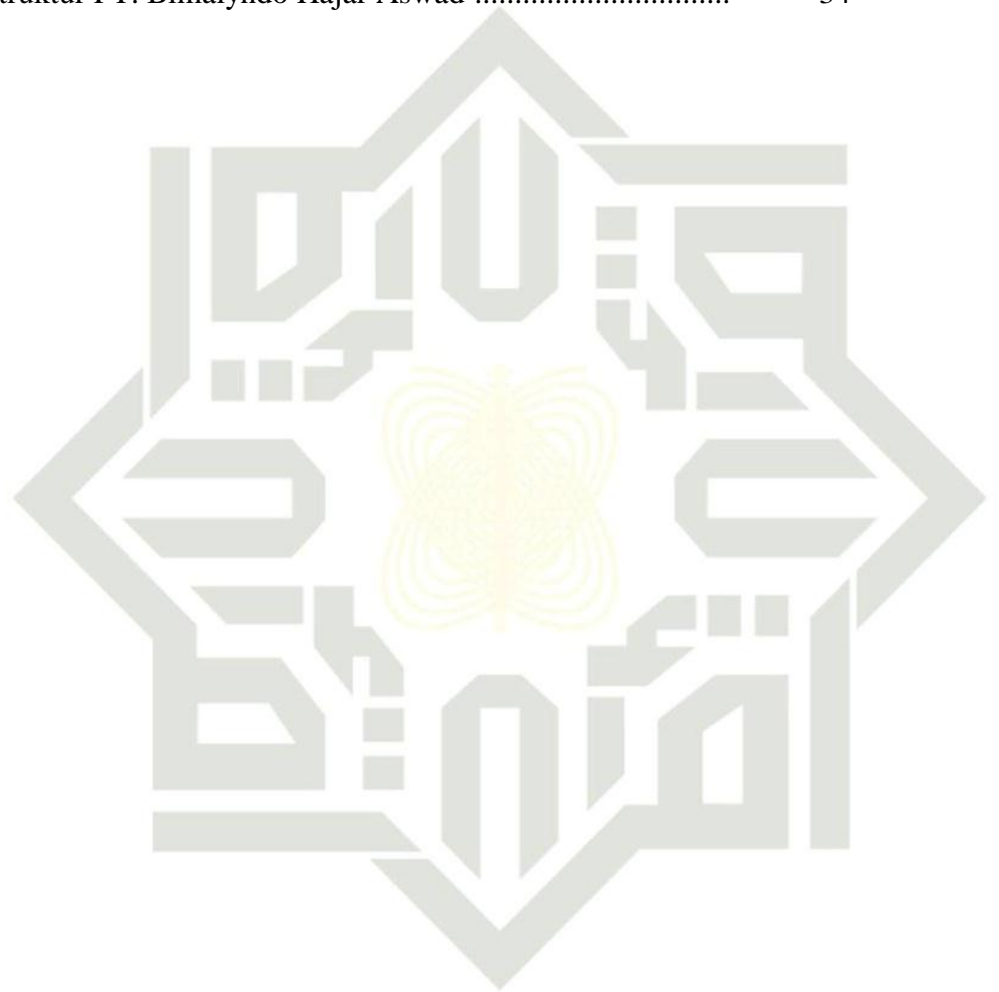


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Umrah Di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru .....	23
Gambar 4.1	Struktur PT. Bimalyndo Hajar Aswad .....	34



UIN SUSKA RIAU



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama Allah yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW. Dan dia adalah agama yang berintikan keimanan. Orang – orang muslim mendasari kehidupan pada 5 rukun syahadat yaitu: ‘Tidak ada Tuhan selain Allah, dan Muhammad adalah utusan (Rasul) Allah.’ Shalat 5 waktu, membayar zakat, puasa pada bulan ramadhan (bulan kesembilan pada kalender Islam), melaksanakan haji bagi yang mampu (pada bulan kedua belas dalam kalender Islam).<sup>1</sup>

Umrah dalam (bahasa Arab: *عمرة*) adalah salah satu kegiatan ibadah dalam agama Islam. Hampir mirip dengan ibadah haji, ibadah ini dilaksanakan dengan cara melakukan beberapa ritual ibadah di kota suci Makkah, khususnya di Masjidil Haram.<sup>2</sup> Disebut dengan umrah karena ibadah itu dilaksanakan sepanjang umur.<sup>3</sup> Pada istilah teknis syari'ah, Umrah berarti melaksanakan tawaf di Ka'bah dan sa'i antara Shofa dan Marwah, setelah memakai ihram yang diambil dari miqat. Sering disebut pula dengan haji kecil. Perbedaan umrah dengan haji adalah pada waktu dan tempat. Umrah dapat dilaksanakan sewaktu-waktu (setiap hari, setiap bulan, setiap tahun) dan hanya di Makkah, sedangkan haji hanya dapat dilaksanakan pada beberapa waktu antara tanggal 8 Dzulhijjah hingga 12 Dzulhijjah serta dilaksanakan sampai ke luar kota Makkah.<sup>4</sup>

Pada umumnya masyarakat muslim Indonesia melaksanakan umrah menuju Masjidil Haram di Arab Saudi melalui travel umrah atau sebuah

<sup>1</sup> Sayid Sabiq, *Adah Islam, pola hidup manusia beriman*, (Bandung: Diponegoro 2005),

<sup>2</sup> Muhammad Baqir Al-Habsi, *Fiqh Praktis*, (Bandung: Mizan, 1999), 377

<sup>3</sup> Muhammad Nazmuddin Zuhdi dan Muh.Luqman Arifin, *125 Masalah Haji*, 107

<sup>4</sup> Hasby Ash Shaiddieqy, *Pedoman haji*, (Jakarta: bulan bintang 1983), 26





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan travel atau biro perjalanan yang khusus menyelenggarakan jasa perjalanan umrah yang banyak tersebar di Indonesia.

Mereka menyediakan berbagai fasilitas yang memudahkan jamaah sehingga konsentrasi jamaah hanya pada pelaksanaan ibadah umrah saja di Masjidil Haram di Mekkah dan Madinah. Travel umrah bekerja sama dengan hotel di sekitar Masjidil Haram sehingga sangat memudahkan jamaah. Pada umumnya biro perjalanan umrah menetapkan beberapa paket umrah dan yang paling minimal adalah 9 hari perjalanan dari Indonesia ke Arab Saudi dan kembali ke Indonesia lagi.

Umrah dan wisata religi sekarang ini semakin diminati oleh masyarakat muslim Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah peminat umrah setiap tahunnya. Peningkatan ini terjadi karena beberapa factor, seperti waktu tunggu untuk ibadah haji yang terlalu lama, kemampuan finansial yang semakin membaik, dan biaya umrah yang semakin terjangkau. Untuk melakukan perjalanan umrah dibutuhkan suatu biro perjalanan yang akan memberikan bimbingan serta tata cara umrah kepada calon jemaahnya. Banyak biro perjalanan umrah yang tidak hanya menawarkan perjalanan umrah saja, tetapi juga perjalanan umrah disertai wisata ke Negara Negara disekitar Arab Saudi seperti Turki, Dubai dan Mesir.<sup>5</sup>

Dunia ini dengan segala isi dan peristiwanya tidak bisa melepaskan diri dari kaitannya dengan media sosial, demikian juga media sosial tidak bisa melepaskan diri dari dunia dengan segala isi dan peristiwanya. Hal ini disebabkan hubungan antara keduanya sangat erat sehingga menjadi saling bergantung dan saling membutuhkan. Media sosial merekam segala jenis aktivitas dan peristiwa yang terjadi di dunia karena mempunyai tugas dan kewajiban selain menjadi sarana prasarana komunikasi untuk mengakomodasi segala jenis isi dunia dan peristiwa di dunia ini melalui pemberitaan dalam aneka wujud (berita, artikel, foto, laporan penelitian, dan lain sebagainya). Peranan penting media massa dalam kehidupan masyarakat tersebut

<sup>5</sup> Asyuri , *Tentang penyelenggaraan ibadah haji*, (Jawa Timur: Raja Grafindo persada 2012) 12



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimanfaatkan pihak-pihak atau oleh seorang/lembaga/ instansi/perusahaan/ organisasi sebagai salah satu strategi untuk memberikan informasi, mensosialisasikan atau mempublikasikan sesuatu hal kepada masyarakat luas.<sup>6</sup>

Media sosial dipilih karena lebih memudahkan pengguna dalam melakukan hubungan komunikasi tanpa terhalang oleh jarak dan waktu. Dengan media sosial, pengguna bisa mengakses segala macam informasi yang dibutuhkan kapan pun dan dimana pun. Kehadiran media sosial diharapkan mampu menjadi solusi bagi permasalahan yang ada. Menurut data dari Webershanwick, perusahaan public relations dan pemberi layanan jasa komunikasi, untuk wilayah Indonesia ada sekitar 65 juta pengguna Facebook aktif. Sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile dalam pengaksesannya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile per harinya. Pengguna Twitter, berdasarkan data PT Bakrie Telecom, memiliki 19,5 juta pengguna di Indonesia dari total 500 juta pengguna global. Twitter menjadi salah satu jejaring sosial paling besar di dunia sehingga mampu meraup keuntungan mencapai USD 145 juta.<sup>7</sup>

Adapun pemanfaatan media sosial dengan menggunakan atau memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai sarana dalam informasi itu sebenarnya banyak macamnya salah satunya yaitu dengan memanfaatkan media sosial yaitu Whats Apss. Whats Apss merupakan Cross-platform mobile messaging app yang memungkinkan seseorang bertukar pesan dimanapun dan kapanpun kondisinya, baik itu pesan berbentuk tulisan, video, audio ataupun foto. Sebagai media sosial sekain Whats Apss masih banyak media lainnya diantaranya yaitu: Instagram,

Twitter, Facebook dan Path. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan member kontribusi dan feedback / umpan balik secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam

<sup>6</sup> Evan, Dave, *Sosial Media Marketing: (An Hour a Day)*. Wiley Publishing, Inc: Canada 2008, 118

<sup>7</sup> Rivers, William L. Et.al. *Media massa & masyarakat modern*, (Jakarta: Prenada Media, 2002), 12





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

waktu yang cepat dan tak terbatas. Internet dengan menggunakan website, blog dan media sosial menjadi solusi untuk mempromosikan harga paket, tiket pesawat dan hotel / penginapan.<sup>8</sup> Keberadaan media sosial sangat penting mengingat islam harus tersebar luas dan menyampaikannya merupakan tanggung jawab setiap umat islam secara keseluruhan. Sebagaimana firman Allah Ta'ala Qs. Al-imran ayat 104 yang berbunyi: *"Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung"*. (Qs. Al-imran)<sup>9</sup>

Salah satu contohnya dalam memanfaatkan media sosial di PT. Bimalyndo Hajar Aswad adalah promosi dan penyampaian informasi. Berdasarkan wawancara yang saya lakukan dengan Direktur Pemasaran adalah Media yang sering digunakan dalam penyampaian tersebut Facebook, Instagram, WhatsApp dan Youtube. Karena di era sekarang ini dari anak-anak sampai ke orang dewasa sudah mengenali yang namanya WhatsApp dan gampang digunakan dan hemat paket.<sup>10</sup>

Biro perjalanan umrah di Pekanbaru banyak yang menggunakan media sosial sebagai promosi perjalanan umrah disertai wisata. Dengan banyaknya jumlah biro perjalanan umrah di Pekanbaru membuat setiap biro harus memberikan pelayanan dan promo sebaik mungkin untuk menarik minat calon Jemaah umrah. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan media sosial semenarik mungkin untuk menarik minat calon Jemaah umrah. Setiap biro perjalanan umrah memiliki media sosial dengan kelebihanannya masing masing. Dengan banyaknya biro perjalanan umrah di Pekanbaru sulit untuk membandingkan media sosial disetiap biro perjalanan umrah. Untuk membantu para calon Jemaah umrah menentukan biro perjalanan umrah yang sesuai dengan kriteria calon Jemaah umrah dibutuhkan sebuah system yang

<sup>8</sup> Zarella, Dan. *The Social Media Marketing Book*, (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2016), 223

<sup>9</sup> Departemen Agama, *Al-Quran dan terjemahnya*, Q.S Al-Imran (3):104

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan H.Muhammad Ali,S.Ag.M.Pd.I pada tanggal 9 Desember 2020 di PT.Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat membantu calon Jemaah umrah dalam menentukan biro perjalanan umrah.<sup>11</sup>

Salah satu solusi untuk membantu calon Jamaah umrah dalam menentukan biro perjalanan umrah adalah dengan menerapkan sebuah system pendukung keputusan (SPK) penentuan biro perjalanan umrah di Pekanbaru. System ini dapat dijadikan sebagai alat bantu bagi calon Jemaah umrah untuk memperluas kapabilitas mereka, namun tidak untuk menggantikan penilaian mereka. System pendukung keputusan yang dibuat menggunakan metode Simple Additive Weighting (SAW). Dengan dibangunnya system pendukung keputusan penentuan biro perjalanan umrah di Pekanbaru diharapkan dapat memberikan suatu kemudahan bagi para Jemaah dalam menentukan biro perjalanan umrah yang sesuai dengan kriteria calon Jemaah umrah.

Kewajiban terhadap Umroh dan Haji bagi yang mampu bukan menjadi halangan untuk mengabaikan keinginan (niat) untuk beribadah kepada Allah SWT. Melainkan sebagai sebuah motivasi bagi setiap muslim untuk bekerja keras, giat, dan gigih untuk menjadi sosok yang mampu menggapai niat tersebut. Niat yang sudah matang Insya Allah menjadi dorongan tersendiri untuk mulai melangkah menuju Tanah Suci (untuk menunaikan Umroh dan Haji).<sup>12</sup>

Dalam perkembangannya saat ini, pemanfaatan media sosial sangat penting untuk calon jemaah umrah agar mengetahui informasi-informasi terkait dengan umrah, para calon Jemaah umrah bisa mendapatkan informasi lebih terkait dengan persoalan umrah.

Dengan adanya Fenomena diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jemaah Umrah di PT. Bymalindo Hajar Aswad Pekanbaru”

<sup>11</sup> Dokumentasi, PT.Bymalindo Hajar Aswad Pekanbaru 10 November 2020

<sup>12</sup> Rosady Ruslan, *Etika kehumasan konsepsi dan aplikasi*, (Jakarta: Grafindo Persada,





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## B. Alasan Pemilihan Judul

Adapun yang menjadi bahan pertimbangan dan alasan bagi penulis untuk meneliti judul ini adalah:

1. Pemanfaatan media sosial di PT. Bymalindo Hajar Aswad Pekanbaru inilah membuat penulis tertarik meneliti tentang pemanfaatan media sosial di PT. Bymalindo Hajar Aswad Pekanbaru
2. Masalah-masalah yang dikaji dalam judul ini, penulis merasa mampu untuk menelitinya
3. Sebagai bahan untuk menambah ilmu khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca lainnya.

## C. Penegasan Istilah

Untuk menghindari dari kesalahpahaman tentang beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu penulis memberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan media sosial adalah hal, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna<sup>13</sup> Dalam penelitian ini yang dimaksud Pemanfaatan Media Sosial adalah kemudahan dalam pelayanan informasi yang dimanfaatkan melalui whatsapp, facebook, instagram, youtube dan media lainnya.<sup>14</sup>
2. Jamaah menurut istilah dapat diartikan sebagai pelaksanaan ibadah secara bersama-sama yang dipimpin oleh seorang imam. Misalnya jamaah sholat, jamaah haji dan jamaah umrah.<sup>15</sup> Jamaah adalah sekumpulan orang yang melakukan kegiatan bersama-sama dan memiliki tujuan bersama.

<sup>13</sup> Zakiah Daradjat, *Haji ibadah yang unik*, (Jakarta: Yayasan Pendidikan Islam Ruhana 1992), 90

<sup>14</sup> Fandy Tjiptono, *prinsip-prinsip total cuality cervice*, (Yogyakarta: Andi, 2001) Cet.2, 10

<sup>15</sup> Wikipedia Foundation, "pengertian jamaah", wikipedia.org, dalam <https://id.m.wikipedia.org/wiki/jamaah> (diakses pada tanggal 22 Oktober 2020)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Contohnya jamaah umrah, jamaah umrah merupakan sekumpulan orang yang ingin menunaikan ibadah umrah ke tanah suci yang dipimpin oleh seorang ustadz untuk membimbing ibadah umrah selama di Makkah dan Madinah.

**D. Rumusan Masalah**

Pokok permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Umrah di PT. Bymalindo Hajar Aswad Pekanbaru.

**E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian**

**1. Tujuan Penelitian ialah :**

Untuk mengetahui Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Umrah di PT. Bymalindo Hajar Aswad Pekanbaru.

**2. Kegunaan Penelitian**

**a. Kegunaan Akademis**

- 1) Penelitian ini berguna untuk tambahan referensi bagi peneliti lainnya yang berkaitan dengan Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Umrah di PT. Bymalindo Hajar Aswad Pekanbaru.
- 2) Hasil penelitian juga berguna bagi mahasiswa Manajemen Travelling Haji dan Umrah untuk menambah wawasan akademis serta bermanfaat bagi pembaca.

**b. Kegunaan Praktis**

- 1) Sebagai syarat dalam menyelesaikan perkuliahan pada program sarjana Strata Satu (S1) dengan gelar Sarjana Sosial (S. Sos) jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**F. Sistematika Penulisan**

Penulisan digunakan dalam rangka menguraikan pembahasan masalah diatas. Maka penulis menyusun kerangka penelitian secara sistematis, agar pembahasan lebih terarah dan mudah dipahami.

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan berisikan tentang latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

**BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Pada bab ini berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir. Bab ini juga menguraikan kajian teori, kajian terdahulu dengan melakukan penelitian, dan kerangka pikir yang digunakan dalam penelitian.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data, teknik analisis data.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum Lokasi Penelitian

**BAB V : HASIL PENELITIAN**

Berisikan tentang hasil dari perumusan masalah penelitian

**BAB VI : PENUTUP**

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang bermanfaat dari hasil penelitian

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini bukan merupakan pengulangan ataupun plagiasi dari penelitian-penelitian yang terdahulu, karena sejak penelusuran awal sampai akhir ini, peneliti belum menemukan penelitian yang spesifik tentang “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah di PT.Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru”.

Adapun penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

No	Penulis	Judul	Rumusan Masalah	Kesimpulan
1	Desi Purnama Sari, 2017 <sup>16</sup>	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Minat Baca Anak Di Perpustakaan Reading Is Fun Jakarta Selatan	Bagaimana pemanfaatan media sosial dalam promosi minat baca anak yang dilakukan oleh perpustakaan reading is fun jakarta selatan	Hasil penelitiannya adalah, penulis mendapatkan beberapa temuan, dimana dalam promosi yang dilakukan oleh perpustakaan reading is fun menggunakan pemanfaatan media sosial meningkatkan jumlah minat baca anak, melalui brosur, pameran-pameran, internet,

<sup>16</sup> Desi Purnama Sari, “Sebagai Sarana Promosi Minat Baca Anak Di Perpustakaan Reading Is Fun Jakarta Selatan” (Jakarta: Fakultas Adab Dan Humaniora UIN Syarif Hidayatullah), 2017.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			dan sosialisasi secara langsung.
Achmad Ramdani Fitriyadi, 2015 <sup>17</sup>	Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dan Twitter Untuk Memperkenalkan Komunitas Bismania	Bagaimana pemanfaatan media sosial Facebook dan Twitter untuk memperkenalkan komunitas bismania banten?	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media soaial facebook dan twitter bisa memperkenalkan komunitas bismania kepada khalayak ramai dan membangun sebuah komunikasi seperti formal dan informal. Komunikasi formal terjadi pada saat kegiatan formal seperti, rapat organisasi, musyawarah daerah dan jambore nasional.Sedangkan komunikasi informal seperti, huting bis, kopi darat dan kegiatan lainnya yang

<sup>17</sup> Achmad Ramdani Fitriyadi, "Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dan Twitter Untuk Memperkenalkan Komunitas Bismania" (Serang: Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa), 2015.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

				meningkatkan keakraban antar sesama anggota.
3	M. Abdul Malik Zuhri <sup>18</sup>	Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi <i>Library Based Community</i> (Study Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas)	Untuk mengetahui pemanfaatan akun Instagram @Koperjas sebagai media promosi bagi <i>Library Based Community</i> pada perpustakaan jalanan solo	Pemanfaatan media sosial Instagram merupakan langkah yang tepat sebagai media promosi <i>Library Based Community</i> oleh komunitas perpustakaan jalanan solo. Pemasaran maupun promosi perpustakaan mengacu pada teori yang sesuai diantaranya meliputi: <i>Attention, Interest, Desire and Action</i> . Hasil yang didapat adalah banyaknya respon positif dari masyarakat dan meningkatnya jumlah pengguna

<sup>18</sup> M. Abdul Malik Zuhri, "Pemanfaatan Sosial Instagram Sebagai Media Promosi *Library Based Community* (Study Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas)" (Semarang: Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			perpustakaan pada stand Koperjas yang digelar pada saat acara <i>Car Free Day</i> .
--	--	--	---

## B. Kajian Teori

### 1. Pemanfaatan Media Sosial

Pemanfaatan merupakan turunan dari kata “manfaat”, yang mendapat imbuhan pe-dan-an yang berarti proses, cara, perbuatan memanfaatkan.<sup>19</sup> Pemanfaatan adalah aktifitas menggunakan proses dan sumber-sumber belajar. Menurut Davis kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan penentu yang kuat terhadap penerimaan pengguna suatu sistem informasi, adopsi, dan perilaku para pengguna.<sup>20</sup>

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pemanfaatan berasal dari kata “manfaat”. Arti manfaat sama dengan guna atau faedah. Pemanfaatan merupakan proses, cara atau pembuatan memanfaatkan. Kemudian mendapatkan imbuhan pe-dan-an yang berarti proses, cara, perbuatan, pemanfaatan. Dengan demikian pemanfaatan dapat diartikan suatu cara atau proses dalam memanfaatkan suatu benda atau objek<sup>21</sup>

Dan definisi lain dari manfaat yang dikemukakan oleh Dennis McQuail dan Sven Windahl, yaitu: “Manfaat merupakan harapan sama artinya dengan *explore* (penghadapan semata-mata menunjukkan suatu kegiatan menerima)”.

<sup>19</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2015), 710

<sup>20</sup> Habib Hanafi, dkk., “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Website UB terhadap Sikap Pengguna dengan Pendekatan TAM”, Artikel diakses pada tanggal 12 Juli 2021 dari <http://administrasi.studentjournal.ub.ac.id>.

<sup>21</sup> Peter Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta: Modern English Press, 2002), 976



Selain itu Dennis juga mengatakan ada dua hal yang mendorong munculnya suatu pemanfaatan, yakni:

1. Adanya oposisi terhadap pandangan determinitis tentang efek media massa
2. Adanya keinginan untuk lepas dari debat yang berkepanjangan tentang selera media massa.<sup>22</sup>

Media sosial adalah sebuah media online, di mana penggunanya (user) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial dan ruang dunia virtual yang di sokong oleh teknologi multimedia menjadi yang kian canggih. Internet, medsos dan teknologi multimedia menjadi satu kesatuan yang sulit dipisahkan serta mendorong pada hal-hal baru.<sup>23</sup>

*“Media sosial telah menjadi bagian integral masyarakat moderen. Bahkan beberapa jaringan sosial memiliki pengguna yang jumlahnya lebih banyak dari pada populasi warga kebanyakan negara. Selalu saja ada ruang virtual yang begitu diminati oleh penggunanya. Ada akun-akun untuk berbagi foto, video, status terbaru, saling menyapa dan bertemu secara virtual dengan teman-teman baru dan teman-teman lama. Selalu ada jalur keluar melalui medsos terhadap kebutuhan akan beragam komunikasi yang muncul di masyarakat”*<sup>24</sup>

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media yang memungkinkan pengguna berkumpul secara online untuk berbagi informasi dalam bentuk teks, suara, video ataupun gambar serta dapat bertukar pendapat, berdiskusi, berkomunikasi dengan pengguna media sosial lainnya. Dengan media sosial kita tidak hanya dapat berkomunikasi untuk berinteraksi namun juga dapat mempromosikan suatu produk, jasa dan citra perusahaan kepada konsumen. Pengguna media sosial bahkan bisa aktif, mengambil peran dan independen dalam menentukan konten-konten dalam media

<sup>22</sup> Definisi-Pengertian.com adalah berbagai referensi. “Definisi Pengertian Pemanfaatan”, artikel diakses pada tanggal 12 Juli 2021, pukul 22.07 WIB dari <http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-pemanfaatan.html>.

<sup>23</sup> Ani Mulyati, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI* (Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), 25

<sup>24</sup> Mulyati, 14





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sosial kapan pun dan di mana pun. Admin media sosial bebas untuk mengedit seperti mengurangi dan menambahkan, menyebarkan, serta memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, maupun berbagai bentuk konten yang lain.

Masa depan media sosial sulit diprediksi. Yang pasti keberadaanya makin tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Hal itu terjadi berkat manfaat dan fungsi media sosial yang telah membuat kehidupan manusia lebih mudah, efektif dan efisien.<sup>25</sup> Kemunculan teknologi internet secara otomatis turut pula mempengaruhi perkembangan pemanfaatan media sosial di masyarakat. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa contohnya antara lain, jejaring sosial, blog, wiki, youtube, dan lain-lain. Melalui media sosial, setiap orang bisa membuat, menyunting sekaligus mempublikasikan sendiri konten berita, promosi, artikel, foto, dan video. Selain lebih fleksibel dan luas cakupannya, lebih efektif dan efisien, cepat, interaktif, dan variatif.<sup>26</sup>

Media sosial akan membentuk pola komunikasi yang menjanjikan adanya interaksi yang lebih intensif. Keberadaan media sosial kini terus merambah kehidupan manusia. Dalam perkembangannya media sosial bisa dimanfaatkan untuk beragam kepentingan, mulai menjalin pertemanan, kampanye program tertentu (pendidikan, sosial, agama, lingkungan, kesehatan, dan sebagainya), sampai promosi dan pemasaran produk atau jasa tertentu.<sup>27</sup>

## 2. Media Sosial

Media sosial sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia virtual. *Blog*, jejaring sosial dan *Wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

<sup>25</sup> Mulyati, Panduan Optimalisasi Media Sosial Kementerian Perdagangan RI, 28

<sup>26</sup> Nurudin. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi* (Yogyakarta: Bukaliter, 2012), 24

<sup>27</sup> Prisgunanto, Ilham. *Komunikasi Pemasaran : strategi dan taktik* (Bogor: Ghalia Indonesia), 11



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Antony Mayfield dari iCrossing media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding*.

Teknologi—teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarluaskan konten mereka sendiri. Post di *Blog*, *tweet*, atau video di *Youtube* dapat diproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis. Pemasang iklan tidak harus membayar banyak uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklannya. Sekarang pemasang iklan dapat membuat konten sendiri yang menarik dan dilihat banyak orang.<sup>28</sup>

**a. Facebook**

Anda para peselancar dunia maya yang sering berjelajah dari situs satu ke situs lainnya pasti lupa untuk nongkrong atau paling tidak sekedar mampir ke salah satu situs yang lagi meroket saat ini. Siapa yang tidak mengenal situs jejaring Facebook? Bisa dipastikan orang yang melek huruf dan pernah berinternet pasti mengetahui situs yang satu ini. Bahkan mereka yang dulunya hanya berinternet untuk sekedar membuka email kini pun mulai betah berlama-lama di depan computer untuk mengulik—ngulik akun *Facebook*-nya.

Data berbicara saat ini ada sekitar 175 juta profil aktif di situs Facebook dan setiap profil rata-rata memiliki 500 teman. Durasi pengaksesan profil berjumlah sekitar 3 miliar menit/hari dan lebih dari 18 juta pengguna meng-update profilnya setiap hari. Lebih lanjut, menurut penelitian yang dilakukan oleh *Student*

<sup>28</sup> Dan Zarella. *The Social Media Marketing Book*, (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2010), 2



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Monitor*, Facebook termasuk dalam jajaran benda/hal keedua yang diingi oleh para pelajar/mahasiswa si AS setelah *Ipod*. Facebook dulunya hanya sebuah situs eksklusif yang dikhususkan untuk anak-anak kampus Harvard saja. Facebook termasuk dalam kategori situs jejaring sosial seperti Friendster, MySpace Multiply, Yuwie, dll yang menyediakan media bagi para penggunanya untuk saling bertukar informasi dan berinteraksi. Facebook diluncurkan pertama kali pada tanggal 4 Februari 2006 oleh seorang mahasiswa Harvars University, Mark Zuckerberg. Nama facebook sendiri diinspirasi oleh Zuckerbeg dari sebuah istilah dikalangan kampus seantero AS untuk saling mengenal antar semua civitas akademiknya. Awalnya para penggunanya hanya dikhususkan bagi para mahasiswa di kampus Harvard University.<sup>29</sup>

Lalu kemudian diperluas ke sejumlah kampus di wilayah Boston (Boston College, Boston University, Northeastern University, Tufts University) dan kampus-kampus lainnya seperti Rochester, Standford, NYU, Nortwester, and Ivy League. Menyusul kemudian sejumlah kampus lain di seluruh dunnia. Tanggal 11 September 2006, Facebook membuat satu langkah penting dengan mengizinkan aksesnya ke seluruh neter yang mempunyai alamat email valid, namun dengan pembatasan usia.

Facebook adalah website Social Networking yang sangat populer belakangan ini. Di website ini, Anda bisa melihat berita tentang bagaimana keadaan teman-teman Anda, sedang apa mereka saat ini, kemarin melakukan apa dan lain-lain. Selain itu, Anda juga bisa bermain games bersama, berbagi photo, video, cerita, link-link, website dan banyak lagi. Pada saat ini dibuat, pengguna Facebook sudah mencapai 11 juta orang di Indonesia. 11 juta adalah jumlah yang sangat banyak, artinya Anda bisa menawarkan produk atau jasa Anda kepada mereka melalui Facebook. Untuk mengunjungi website ini, ketik pada bbroser: [www.facebook.com](http://www.facebook.com).<sup>30</sup>

<sup>29</sup> Andy Shera. *Step by Step Internet Marketing*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012), 5

<sup>30</sup> Ibid, 7





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### b. Instagram

Instagram merupakan media sosial yang bersifat mobile native artinya Instagram merupakan media sosial yang berasal dari perangkat seluler. Berbeda dengan Facebook, Twitter dan media sosial lain yang memang berasal dari web kemudian disesuaikan dengan perangkat seluler.<sup>31</sup> Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dan diluncurkan pada Oktober 2010. Nama Instagram, menurut mereka, merupakan gabungan dari “instant camera” dan “telegram”. Instagram kini dapat diinstal pada beragam sistem operasi telepon genggam, mulai dari Apple App Store, Google Play dan Windows Phone Store. Hanya beberapa bulan setelah diluncurkan, Instagram mampu meraih 1 juta pengguna pada Desember 2010. Jumlah ini meningkat terus hingga mencapai 5 juta user pada Juni, kemudian mencapai 10 juta pada September 2011. Belakangan, Instagram mengklaim anggotanya telah mencapai lebih dari 30 juta pada April 2012.

Selain itu, Instagram juga mengumumkan setidaknya lebih dari 100 juta foto telah diunggah dalam Picasa pada Juli 2011. Pada Mei 2012, Instagram mengklaim jumlah foto yang telah diunggah telah melampaui 1 miliar item. Kini Instagram mengaku telah berhasil meraih pengguna mencapai lebih dari 100 juta akun pada April 2012. Melihat perkembangan yang cepat ini, Facebook kemudian mengakuisisi perusahaan ini dengan nilai mencapai US\$1 miliar pada April 2012.

Sementara itu pertumbuhan Instagram terus melejit, mencapai 23% pada 2011, sedangkan sang perusahaan induk, Facebook hanya mengalami pertumbuhan mencapai 3% saja.<sup>32</sup>

#### c. WhatsApp

WhatsApp sebagai salah satu media sosial saat ini banyak yang menggunakan untuk kepentingan bersosialisasi maupun sebagai penyampaian

<sup>31</sup> Dewi Untari, Dewi Endah Fajarina. “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram” *Sekretari dan Manajemen*, ( 2 September 2018 ), 274

<sup>32</sup> Mulyati, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*, ( Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), 84

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



pesan baik oleh individu maupun kelompok. Namun sejauh mana penggunaan *WhatsApp* sebagai media komunikasi dan kepuasan dalam penyampaian pesan dikalangan tokoh masyarakat? Sedangkan tujuan penelitian ini untuk mendapatkan data dan informasi tentang pemanfaatan *WhatsApp* sebagai media komunikasi dan kepuasan dalam penyampaian pesan kepada publik/audience.

Melakukan percakapan melalui menu chat, bisa meng-copy, men-delete atau memforward pesan. Gambar yang dikirim bisa di forward. Selain itu juga dapat mengirim pesan suara maupun share lokasi keberadaan pengguna. Juga menyediakan fitur grup chat, dimana pengguna bisa mengumpulkan beberapa kontak untuk membuat sebuah grup chat.<sup>33</sup> *WhatsApp* (WA) paling dominan digunakan pada saat ini, WA telah dimanfaatkan oleh tokoh masyarakat untuk berkomunikasi dalam menyampaikan pesan kepada sasarannya, jadi saat ini meskipun masih berkomunikasi secara tatap muka atau secara langsung (Face to face). Tokoh masyarakat dalam pernyataannya menggunakan WA sebagai media komunikasi dalam menyampaikan pesan, pemberitahuan atau informasi yang disampaikan dalam pesan lebih efektif dan merupakan kepuasan tersendiri karena menggunakan teknologi informasi (WA) lebih cepat informasi yang diterima oleh sasaran.<sup>34</sup>

#### d. Youtube

Youtube sebagai salah satu media sosial adalah sebuah situs web video sharing (berbagai video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis. Youtube didirikan pada bulan Februari 2015 oleh tiga orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di Youtube adalah video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Menurut [Pres@google.com](mailto:Pres@google.com) (dalam Youtube Untuk Pers, n.d) bahwa Youtube memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet

<sup>33</sup> Liliweri Alo, *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1991), 29

<sup>34</sup> Khoiri. Nur, *Dampak Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Kehidupan Sosial*, (2011), 110



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

dan setiap hari pengguna tersebut menonton miliaran jam video dan menghasilkan miliaran kali penayangan. Di perangkat seluler, Youtube telah menjangkau lebih banyak penonton yang berusia 18-34 tahun dan 18-49 tahun dari pada jaringan televisi kabel manapun di Amerika Serikat. Youtube diterjemahkan lebih di 88 negara dan dapat diakses dalam 76 bahasa (yang mencakup 95% dari populasi internet). Menurut data yang dirilis We are Social Singapore, media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia adalah Youtube dengan presentase 49%.

Youtube merupaka salah satu media yang berkembang saat ini, diminati oleh khalayak karena pada Youtube setiap orang dapat mengunggah video secara gratis dan dengan durasi yang tidak ada batasnya. Media sosial ini dari segi informasi membuat khalayak mendapatkan banyak informasi yang ada di dalamnya.<sup>35</sup>

### 3. Model Penyusunan Pesan

Teori-teori tentang penyusunan pesan menggambarkan sebuah skenario yang lebih kompleks, dimana pelaku komunikasi benar-benar menyusun pesan yang sesuai dengan maksud pelaku komunikasi dalam situasi yang dihadapi. Dalam model penyusunan pesan, terdapat teori perencanaan. Teori perencanaan (*theory of planning*) merupakan sebuah teori terkemuka tentang perencanaan dalam bidang komunikasi dihasilkan oleh Charles Berger yang menjelaskan proses oleh individu atau lembaga dalam merencanakan perilaku komunikasi.

“Teori perencanaan dikembangkan sebagai jawaban atas gagasan bahwa komunikasi merupakan proses mencapai tujuan. Manusia tidak terlibat dalam kegiatan komunikasi hanya karena mereka memang melakukannya, mereka berkomunikasi untuk memenuhi tujuan. Rencana-rencana kognitif memberikan panduan yang penting dalam menyusun dan menyebarkan pesan-pesan untuk mencapai tujuan. Rencana pesan yang memungkinkan perilaku komunikasi

<sup>35</sup>

Press@google.com youtube Untuk Pers. Diperoleh dari website: <https://www.youtube.com/ntl/id/yt/about/press>.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

mencapai tujuan dengan lebih banyak dan lebih efisien. Sehingga kompetensi komunikasi sangat bergantung pada kualitas rencana pesan individu.”<sup>36</sup>

Teori ini memberikan penjelasan tentang bagaimana rencana dibuat dan dirumuskan. Teori perencanaan dalam bidang komunikasi yang dibuat Charles Berger ini menjelaskan proses individu melakukan perencanaan dalam proses komunikasi.<sup>37</sup> Perencanaan merupakan proses berfikir atas rencana aksi, karena komunikasi sangat penting untuk mencapai tujuan. Teori yang berangkat dari psikologi sosial ini menjelaskan tentang proses komunikasi yaitu proses membuat pesan dan proses memahami pesan.

Kajian tentang perencanaan merupakan ilmu kognitif dari para psikolog yang telah melakukan banyak pemikiran dan penelitian pada teori ini, Berger menulis bahwa rencana-rencana dari perilaku komunikasi adalah representasi kognitif hierarki dari rangkaian tindakan mencapai tujuan. Dengan kata lain, rencana-rencana merupakan gambaran dari langkah-langkah yang akan diambil seseorang untuk memenuhi sebuah tujuan. Semuanya disebut hierarki karena tindakan-tindakan tertentu diperlukan untuk menyusun segala sesuatunya, sehingga tindakan-tindakan lain akan diambil. Oleh karena itu, perencanaan adalah proses memikirkan berbagai rencana tindakan.<sup>38</sup>

Perencanaan pesan merupakan perhatian utama karena komunikasi sangat penting dalam meraih tujuan. Sebagian makhluk sosial, orang lain memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia, karena setiap manusia memiliki tujuan untuk mempengaruhi orang lain dengan berbagai cara. Manusia dapat mencapai banyak tujuan dengan berkomunikasi dalam cara tertentu, tetapi komunikasi sangat sentral dalam mencapai tujuan sosial. Memahami sesuatu tentang bagaimana kita berencana mencapai tujuan tersebut merupakan tujuan penting, mempelajari perilaku tujuan bukanlah tugas yang mudah. Bagi seseorang, tujuan cenderung merupakan sesuatu yang kompleks. Tujuan disusun dalam suatu

<sup>36</sup> Stephen W Littlejohn dan Karen A. Foss. *Teori Komunikasi Theories of Human Communication*, (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2009), 184-185

<sup>37</sup> *Ibid*, 18

<sup>38</sup> *Ibid*, 185

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hierarki dan mencapai tujuan tertentu lebih dahulu memungkinkan untuk mencapai tujuan lainnya.<sup>39</sup> Banyak tujuan yang sebenarnya merupakan bagian dari proses perencanaan itu sendiri. Tujuan yang menjadi bagian dari proses perencanaan ini disebut dengan meta tujuan (metagoal) yang berfungsi memandu berbagai rencana yang dibuat. Kekuatan tujuan memengaruhi seberapa kompleksnya suatu rencana. Kompleksitas suatu rencana tersebut bergantung pada seberapa banyak pengetahuan tentang persuasi. Berger menyebutkan pengetahuan atau informasi mengenai suatu topic adalah sebagai pengetahuan khusus (*specific domain knowledge*) dan pengetahuan mengenai bagaimana cara berkomunikasi sebagai pengetahuan domain umum (*general domain knowledge*).<sup>40</sup>

Teori Berger memperkirakan bahwa semakin banyak yang diketahui maka akan semakin kompleks rencana tersebut. Dengan demikian, jika memiliki banyak motivasi dan pengetahuan, maka akan menciptakan rencana yang lebih kompleks. Namun apabila motivasi dan pengetahuan rendah, maka rencana yang dimiliki mungkin tidak akan berkembang. Namun, biasanya ada batasan-batasan pada seberapa kompleksnya sebuah rencana.<sup>41</sup> Apa yang terjadi apabila upaya untuk mencapai tujuan mendapat hambatan? Terdapat dua pertimbangan untuk mengenai hal ini. *Pertama*, dengan mencoba tindakan khusus yang berbeda, Berger menyebutnya sebagai perubahan hierarki rencana tingkat rendah (*low level plane hierarchy alternation*). Dalam hal ini, kebanyakan orang melakukan tindakan yang pertama. Namun jika tujuannya sangat penting, maka akan cenderung membuat penyesuaian tingkat tinggi dan akan melakukannya lebih cepat dibandingkan jika memiliki motivasi rendah.

Perencanaan dan pencapain tujuan sangat berhubungan dengan emosi, dalam hal mempertahankan suatu rencana yang kompleks, tidak tertutup kemungkinan dapat mengalami kesulitan untuk melaksanakannya sehingga gagal mencapai tujuan. Perasaan nyaman yang dirasakan pada saat melaksanakan rencana dinamakan fluiditas tindakan. Orang terkadang memiliki fluiditas yang

<sup>39</sup> Ibid, 185

<sup>40</sup> Ibid, 186

<sup>41</sup> Ibid, 186



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tinggi dan terkadang rendah. Semakin kompleks suatu rencana dan semakin besar emosi yang terlibat maka semakin rendah fluiditas tindakan.

Jika tujuan terhalangi, maka akan cenderung bereaksi negatif. Sebaliknya, jika rencana berhasil, maka sering kali merasa terangkat. Perasaan-perasaan negatif yang dialami ketika gagal mencapai sebuah tujuan, bergantung pada seberapa pentingnya tujuan tersebut.<sup>42</sup> Perasaan-perasaan tersebut sebagian juga ditentukan oleh seberapa keras usaha untuk mencapainya dan seberapa dekat pada tujuan yang sebenarnya didapatkan. Berger mengatakan bahwa ketepatan sosial merupakan sebuah tujuan yang penting.<sup>43</sup>

Dalam penelitian ini disebutkan bahwa peneliti memakai teori proses perencanaan dimana teori tersebut merencanakan apa yang akan dilakukan demi sebuah tujuan yang diinginkan dan mengetahui manfaat sebuah proses memikirkan berbagai rencana tindakan.

<sup>42</sup> *Ibid*, 187

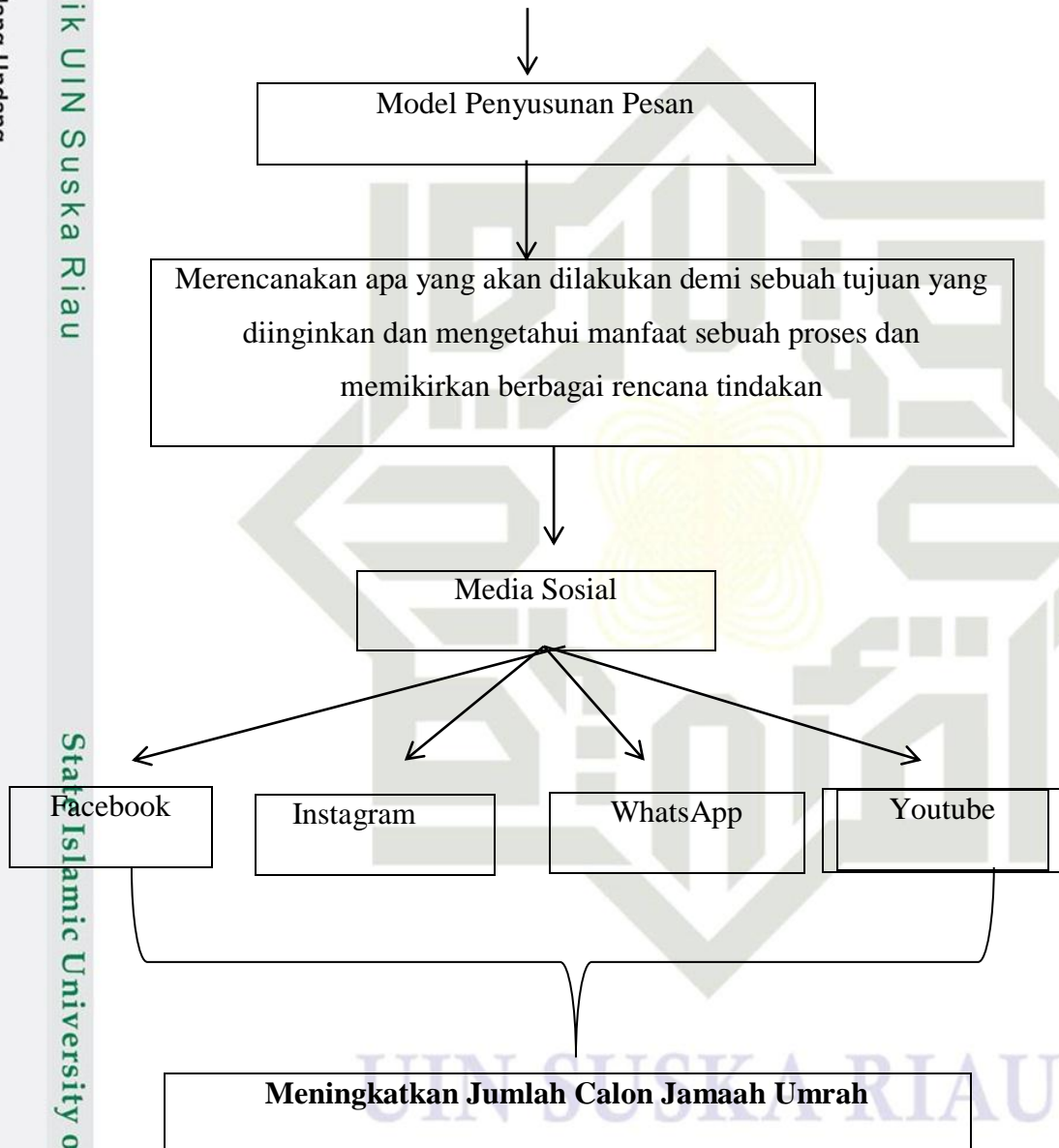
<sup>43</sup> *Ibid*, 187



### C. Kerangka Pikir

Gambar 2.1

#### PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH CALON JAMAAH UMRAH DI PT. BIMALYNDU HAJAR ASWAD PEKANBARU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara atau strategi menyeluruh untuk menemukan atau memperoleh data yang diperlukan.<sup>44</sup> Adapun metode yang digunakan penulis dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

### A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Dalam riset ini, jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian kualitatif.<sup>45</sup>

Argumentasinya data yang dikumpulkan cenderung lebih banyak data kualitatif dari pada kuantitatif, karena data disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka.<sup>46</sup>

Lexi J. Meleong berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>47</sup>

Penggunaan metode penelitian kualitatif bisa dengan beberapa metode, di antaranya: metode wawancara, observasi dan telaah dokumen.<sup>48</sup> Sejalan dengan itu para peneliti kualitatif menerapkan aneka yang saling berkaitan, dengan selalu berharap untuk mendapatkan hasil yang baik mengenai subjek kajian yang dihadapi.<sup>49</sup>

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah,

<sup>44</sup> Mohammad Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Erlangga, 1999), 23

<sup>45</sup> Menurut Anselm Strauss dan Juliet Corbin penelitian Kualitatif adalah jenis penelitian yang tujuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik maupun bentuk hitungan lainnya

<sup>46</sup> Noeng Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1996), 29

<sup>47</sup> Lexi J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 6

<sup>48</sup> Ibid, 9

<sup>49</sup> Norman K. Denzin dan Yvonna S., "Pendahuluan: Memasuki Bidang Penelitian Kualitatif" dalam Norman K. Denzin dan kualitative Research, Penerj. Dariyanto dkk..., 2

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hambatan dan cara mengatasi hambatan marketing dalam meningkatkan jumlah jamaah (konsumen)

**B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

**1. Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian ini bertempat di PT. Bymalindo Hajar Aswad yang berada di Jl. HR. Soebrantas (Tabek Gadang) No.92 RT. 03, RW 0. Kel. Simpang Baru, Kec. Tampan, Pekanbaru - Riau (972,88 km) Kota Pekanbaru 2402. Dan waktu penelitian ini dimulai pada bulan Februari 2020.

**C. Sumber Data**

Secara praktis, pengumpulan berbagai data dan sumber data dalam penelitian kualitatif ini yang dilakukan adalah dengan data primer dan data sekunder. Yang dimaksud dengan data primer adalah data yang didapatkan dari lokasi penelitian yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti baik berupa wawancara, observasi maupun dokumentasi. Sedangkan yang dimaksud dengan data sekunder adalah data yang didapatkan dari literatur-literatur baik berupa buku, karya ilmiah, majalah dan informasi lainnya yang tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian data sekunder ini sebagai pelengkap terhadap objek penelitian.<sup>50</sup>

Sumber data adalah subjek dari mana data-data diperoleh.<sup>51</sup> Berdasarkan pengertian tersebut sumber data yang dimaksud adalah dari mana peneliti akan mendapatkan serta menggali informasi berupadata-data yang diperlukan dalam penelitian ini. Dalam menggali sumber data primer, peneliti melalui telaah terhadap data atau dokumen yang didapatkan dari lokasi penelitian, media sosial, website, blog, observasi serta melalui wawancara kepada pemilik travel umrah PT. Bimalyndo Hajar Aswad beserta staf atau karyawan travel tersebut.

<sup>50</sup> Lexi J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, 135

<sup>51</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta 2010), 172





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sumber data terbagi menjadi 2 (dua) bagian , yaitu sebagai berikut:

**Data Primer**

Data Primer, sumber data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya terkait dengan penelitian ini, data primer didapat dengan wawancara langsung kepada para informan penelitian dan berpedoman pada observasi yang dilakukan secara berkala.<sup>52</sup>

**Data Sekunder**

Data sekunder adalah data pendukung penelitian berupa dokumen-dokumen, arsip data profil dari sejarah instansi, website, artikel, buku dan perpustakaan.<sup>53</sup>

**D. Informan Penelitian**

Struktur kepengurusan PT. Bymalindo Hajar Aswad Pekanbaru berdasarkan SK Kementerian RI ( Umrah ): No. D/474 Tahun 2012 diantaranya:

- 1) Komisaris : H. Edi Azhar, S.Ag.,M.Pd.I
- 2) Direktur : Afriadi, S.Pd
- 3) Direktur Pemasaran : H. Muhammad Ali, S.Ag.,M.Pd.I
- 4) Direktur Keuangan : Marina, A.Md
- 5) IT : Adi Saputra, S.Ikom
- 6) Staf Operasional : Yandi Ramadhan, Masyithah
- 7) Staf Umum : Rendi Afriansyah
- 8) Front Liner : Delvi Sri Lestari, A.Md<sup>54</sup>

**E. Teknik Pengumpulan Data**

Disamping perlunya penentuan metode dalam penelitian, maka perlu juga memilih teknik dan alat pengumpulan data yang relevan guna menjangkau data-data yang diperlukan. Maksud dari teknik pengumpulan data adalah

<sup>52</sup> Sumardi, *Metode Penelitian Kualitatif*, ( Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012 ), 2

<sup>53</sup> Tika Pabundu Moh, *Metodologi Riset Bisnis*, ( Jakarta: Pt. Bumi Aksara, 2016 ), 57

<sup>54</sup> Brosur, PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

cara-cara yang ditempuh dan alat-alat yang digunakan oleh peneliti didalam mengumpulkan datanya.<sup>55</sup>

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. **Observasi**

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena social dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Teknik observasi digunakan untuk melihat atau mengamati perubahan social yang tumbuh dan berkembang yang kemudian dapat dilakukan penilaian atas perubahan tersebut. Dalam hal ini, peneliti dengan berpedoman kepada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati langsung berbagai hal atau kondisi yang ada di lapangan.

2. **Wawancara**

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan juga merupakan proses tanya jawab lisan yang dimana terdapat dua orang atau lebih dan berhadapan secara fisik. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data atau informasi sebanyak mungkin dan sejelas mungkin kepada subjek penelitian.

Wawancara atau interview adalah sebuah percakapan langsung (face to face) antara peneliti dan informan, dalam proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab. Dalam hal ini peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan, terkait dengan penelitian yang dilakukan. Sedangkan informan bertugas untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Wawancara/interview ini disebut dengan interview bebas terpimpin.

<sup>55</sup> Hurmain, *Metodologi Penelitian Untuk Bimbingan Skripsi*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008), 4

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebagaimana dikatakan oleh Sutrisno Hadi bahwa dalam interview bebas terpimpin ini penginterview membawa kerangka pertanyaan (frame work of question) untuk disajikan, tetapi bagaimana cara pertanyaan diajukan dari irama (timing) sama sekali diserahkan dalam kebijakan interviewer.<sup>56</sup> Proses interview atau wawancara penulis lakukan untuk mendapatkan data dari informan tentang pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan jumlah calon jamaah umrah di pt. bimalyndo hajar aswad pekanbaru.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto) dan karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian.<sup>57</sup>

Teknik ini penulis lakukan dengan cara mengumpulkan data atau informasi secara tertulis melalui dokumen-dokumen, foto-foto dari kegiatan yang dilakukan oleh PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru dalam pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jumlah calon jamaah umrah terhadap masyarakat.

### F. Validitas Data

Validitas data merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.<sup>58</sup> Validitas data digunakan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu data. Dalam mencari validitas data ini penulis mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara, interview terhadap staff yang ada di kantor PT. Bimalyndo Hajar Aswad, dan tidak hanya dengan staff saja, penulis juga

<sup>56</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1987), 206

<sup>57</sup> Imam Gynawan, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 363

<sup>58</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 363





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mewawancarai mutawwif dan tour leader yang sudah pernah menjadi petugas di PT. Bimalyndo Hajar aswad Pekanbaru.

Salah satu cara dalam uji keabsahan penelitian dengan melakukan triangulasi data. Triangulasi dapat memanfaatkan peneliti, sumber data, metode dan teori.<sup>59</sup> Penulis menggunakan uji validitas data dengan menggunakan model uji kreadiilitas yang lebih menekankan pada model triangulasi seperti:

1. Perpanjangan pengamatan

Dengan melakukan perpanjangan dapat meningkatkan kepercayaan atau kredibilitas data, karena dengan perpanjangan berarti peneliti kembali kelapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan adanya perpanjangan pengamatan ini membuat peneliti dan narasumber semakin dekat saling terbuka serta saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi.

2. Meningkatkan ketekunan dalam penelitian

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan teliti. Dengan begitu kepastian data dan urutan peristiwa akan data direkam secara pasti dan sistematis.

3. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari sumber dengan cara, dan berbagai waktu. Triangulasi ini dilakukan untuk pengecekan apakah informasi yang didapat dengan wawancara sama dengan metode observasi atau apakah hasil observasi sesuai dengan informasi yang diberikan ketika diwawancarai.

<sup>59</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2000), 256



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### G. Teknis Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis catatan temuan penelitian melalui pengamatan dan wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang fokus yang dikaji dan menjadikannya sebagai temuan untuk orang lain, mengedit, mengklarifikasikan, mereduksi dan menyajikannya.<sup>60</sup>

Menganalisis data merupakan suatu langkah yang sangat kritis dalam penelitian.<sup>61</sup> Sesuai dengan tujuan dan metode penelitian maka penulis melakukan penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan data yang berbentuk informasi baik lisan maupun tulisan yang berbentuk teks kemudian data-data tersebut dianalisis untuk memperoleh sebuah kesimpulan. Secara umum Miles dan Huberman menyebutkan bahwa dalam analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Pertama, reduksi data, yang diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang ada (mentah) yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kedua, penyajian. Miles dan Huberman membatasi suatu “penyajian” sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya ditemukan dalam kehidupan sehari-hari mulai dari data yang memahami apa yang sedang terjadi di lapangan. Ketiga, kesimpulan atau verifikasi. Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Dari beberapa data yang didapatkan dapat diambil kesimpulan yang utuh, baik mulai dari penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang terjadi sebab akibat dan proposisi.<sup>62</sup>

<sup>60</sup> Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 141

<sup>61</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995), 85

<sup>62</sup> Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (bandung: Alfabeta, 2012), 94



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah berdirinya PT. Bimalyndo Hajar Aswad

PT. Bimalyndo Hajar Aswad didirikan lebih kurang 10 Tahun yang lalu yang awalnya berada di Kota JL. Adinegoro No. 15, Rt-Rw, 002-005, kel. Lubuk Buaya, Kec. Koto Tengah, Kota Padang, Sumatera Barat. Kemudian PT. Bimalyndo Hajar Aswad mendapatkan izin sebagai penyelenggara perjalanan ibadah umrah, melalui keputusan Menteri Agama tahun 2016. Seiring berjalannya waktu PT. Bimalyndo Hajar Aswad mulai beroperasi di Pekanbaru pada Bulan Oktober pada tahun 2018 yang beralamat di JL. HR. Subrantas No. 92 RT. 001 RW. 011 Kel Tobek Godang Kec. Tampan, Pekanbaru.

PT. Bimalyndo Hajar Aswad bergerak dalam penyelenggaraan ibadah umrah dan haji khusus, yang dimaksud khusus ini yaitu berupa plus pelayanan dalam hal perlengkapan haji, penginapan, transportasi dan konsumsi. Para jamaah umrah menginap di hotel berbintang 4 dan 5, transportasi plus AC yang selalu siap menghantar jamaah, baik waktu pemberangkatan maupun ditanah suci, yang bekerjasama dengan pihak maskapai dan serta *muthawwif* dan *tour leader* yang setia membimbing jamaah ketempat tempat bersejarah yang ada.

Untuk kenyamanan dan kemudahan para jamaah, PT. Bimalyndo Hajar Aswad memberikan pelayanan tambahan "*Airport Handling*", dimana tugas dari petugas kami adalah membantu jamaah pada saat keberangkatan di Bandara, dengan membantu jamaah *Check in* dan memasukkan bagasi di *counter* perusahaan penerbangan sampai mendapatkan *boarding pass* dan yang paling akhir dan tidak kalah pentingnya adalah kami akan menjemput para jamaah yang kembali setelah selesai melakukan perjalanan ibadahnya.<sup>63</sup>

<sup>63</sup> Afriyadi hasil wawancara pada tanggal 2021





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Saif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### B. Profil PT. Bimalyndo Hajar Aswad

PT. Bimalyndo Hajar Aswad merupakan Perusahaan Jasa Tour and Travel Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Haji Plus dan Umrah yang berlokasi di JL. HR. Soebrantas No. 92 RT.01 RW.011 Kel. Tobek Godang Kec. Tampan, Pekanbaru, Riau.

1. Pemilik Perusahaan Bapak Afriadi, S.Pd sekaligus Direktur
2. Berdiri pada tahun 2011
3. Izin PPIU Kemenag RI nomor 76 Tahun 2019
4. Jadwal keberangkatan 3 kali perbulan. (Awal, Pertengahan, Akhir)
5. Jumlah jamaah umrah yang telah diberangkatkan 1.000 jamaah/musim
6. Keberangkatan langsung tanpa transit bermalam

Pelayanan yang terbaik dan kenyamanan dalam beribadah merupakan komitmen kami dalam melayani setiap para jamaah. Oleh sebab itu **PT. Bimalyndo Hajar Aswad** berupaya untuk senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap para jamaah. Semoga Allah SWT senantiasa meridhoi kita semua.<sup>64</sup>

### C. Visi, Misi dan Tujuan PT. Bimalyndo Hajar Aswad

#### 1. Visi

Mendakwahkan untuk Nabi Muhammad sampai ke Baitullah dengan menaja amanah. Memperbanyak Kerjasama dengan lembaga-lembaga islam dalam perjalanan ke Baitullah

#### 2. Misi

1. Meningkatkan pelayanan standar pemerintah
2. Memberikan dan memudahkan setiap kebutuhan jamaah
3. Memfasilitasi keberangkatan jamaah
4. Memberikan ibadah yang berkualitas bagi para jamaah setelah

kembali dari tanah suci

<sup>64</sup> Dokument, PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Memperkuat iman dan taqwa bagi umat<sup>65</sup>

#### D. Struktur PT. Bimalyndo Hajar Aswad

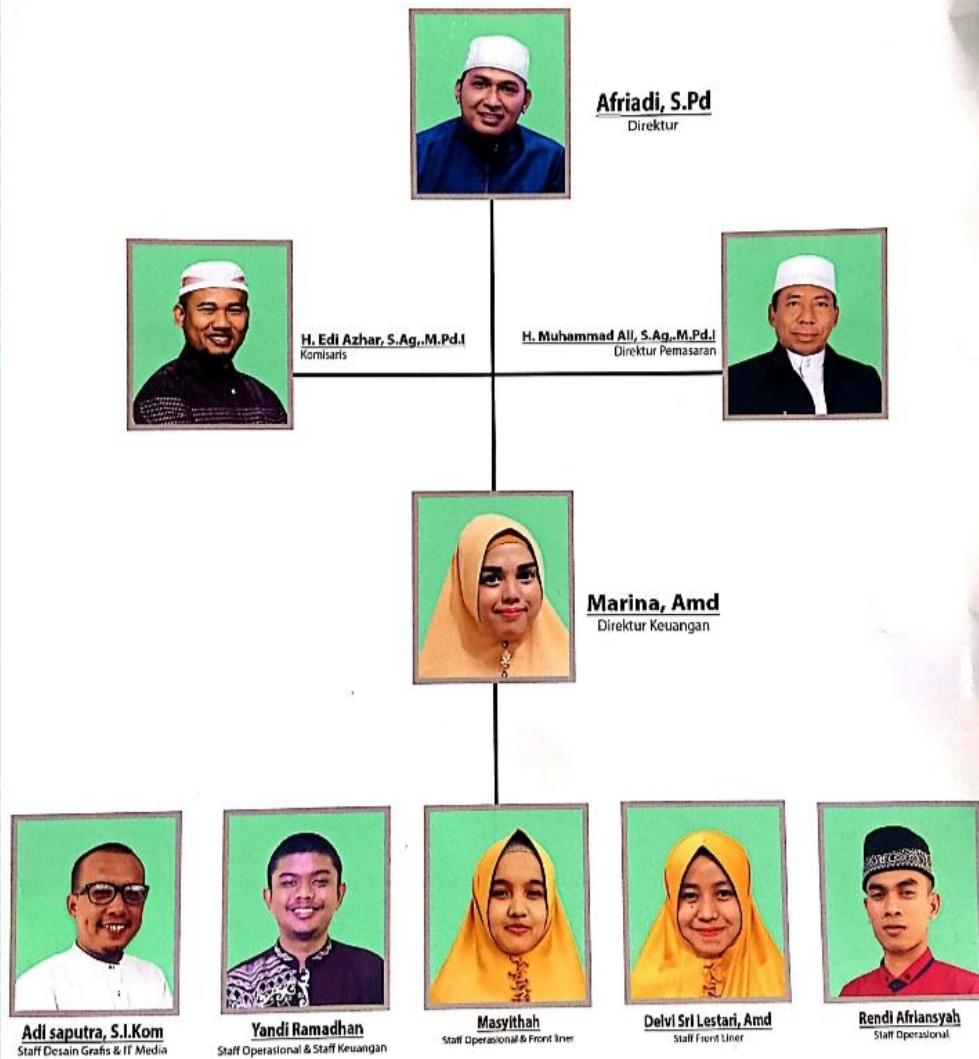
Struktur Organisasi PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru berdasarkan Surat Keputusan dari Kementrian Agama No 76 Tahun 2019, diantaranya sebagai berikut :

1. Direktur : Afriadi, S.Pd
2. Komisaris : H. Edi Azhar, S. Ag., M.Pd.I
3. Direktur Pemasaran : H. Muhammad Ali, S.Ag., M.Pd.I
4. Direktur Keuangan : Marina, A. Md
5. IT : Adi Saputra, S.Ikom
6. Staf Operasional : Yandi Ramadhan, Masyithah
7. Staf Umum : Rendi Afriansyah
8. Front Liner : Delvi Sri Lestari, A. Md<sup>66</sup>

<sup>65</sup> Brosur, PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru

<sup>66</sup> Brosur, PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru

## STRUKTUR MANAGEMENT PT. BIMALYNDO HAJAR ASWAD



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Bimalyndo Hajar Aswad<sup>67</sup>

<sup>67</sup> Dokumen, PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### © Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### E. Perizinan PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru

PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru merupakan penyelenggara Resmi Pelaksanaan Ibadah Umrah berdasarkan Keputusan Kementerian Agama No 76 Tahun 2019. Dan PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru sudah memiliki 5 P :

1. Sudah pasti Travelnya berizin
2. Sudah pasti jadwal keberangkatannya
3. Sudah pasti terbangnya
4. Sudah pasti hotelnya, dan
5. Sudah pasti Visanya<sup>68</sup>

#### F. Manajemen Layanan Pt. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru

PT. Bimalyndo Hajar Aswad memberikan pelayanan totalitas dan berusaha selalu menjadi fasilitator terbaik dalam mengantarkan calon jamaah yang ingin melaksanakan umrah. Adapun keunggulan layanan PT. Bimalyndo Hajar Aswad adalah yang dikenal dengan 3P yaitu pendampingan, Pembimbingan dan Pelayanan. PT. Bimalyndo Hajar Aswad memberikan bimbingan Manasikh Umrah disetiap akhir pekan, dengan maksud semua calon jamaah benar-benar paham setiap rangkaian ibadah haji maupun umrah ketika berada di Tanah Suci. Dimulai dari rangkaian ibadah, doa-doa yang dibaca oleh para jamaah ketika sudah sampai ditanah suci dan rangkaian kegiatan lainnya seperti Shalat Taubat, Shalat Hajat.

Adapun rangkaian kegiatan pelayanan lainnya yang diberikan adalah pemberian bekal ibadah oleh ustadz-ustadz yang memang benar-benar mengetahui tentang Rangkaian Ibadah Haji maupun Umrah. Dengan maksud Jamaah Haji maupun Umrah benar-benar memahami hal yang harus dilakukan disana dan situasi keadaan disana seperti apa.

Adapun keunggulan Umrah bersama PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru, adalah :

1. Full Ibadah
2. Hotel \* 5 dan \* 4

<sup>68</sup> Brosur, PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2 Kali Jumat (1x Dimadinah dan 1x Dimakkah)
4. Masakan Menu Nusantara
- 1 group dibimbing (2 petugas profesional)
- Berangkat & tiba dihari yang sama
- Bagasi di Handle oleh tim
- Kajian muhasabah & Tahajud dimakkah dan dimadinah
- Manasik rutin sebelum berangkat<sup>69</sup>

**G. Program Kerja PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru**

PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru berharap jamaah berangkat dengan nyaman, berangkat dengan kita PT. Bimalyndo Hajar Aswad, sistem pembayaran bisa ces bisa juga dengan pembiayaan yaitu Bayar Rp.8 jt langsung berangkat setelah pulang baru di cicil bisa hubungi langsung Direktur Pemasaran H. Muhammad Ali, S.Ag., M.Pd.I Hp/wa 082391208378 dan Perwakilan Bung Sarwan Kelana 082261691588 Insyaallah sangat nyaman.

1. Jam Kerja Operasional PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru:

- Senin – Sabtu : 08.00-17.00 Wib
- Minggu : (Tergantung Jamaah yang berada di luar kota)

2. Program Kerja PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru

- Shalat Dhuha (diwajibkan semua karyawan)
- Membaca Al-quran (diwajibkan semua karyawan)
- Tahsin Al-quran (seperti memperbaiki bacaan Al-Fatihah)
- Setiap hari kamis diadakan belajar tahsin dan Tajwid<sup>70</sup>

Program umrah dan harga paket umrah

Dalam rangka memberikan layanan yang terbaik bagi para jamaah, PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru memiliki beberapa program layanan Ibadah Umrah sebagai berikut:

<sup>69</sup> Afriyadi hasil wawancara pada tanggal 04 Februari 2021

<sup>70</sup> Brosur, PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**1) Umrah Ceria**

Umrah Ceria adalah program paket Ibadah Umrah selama 11 hari (PP)

Harga : Rp. 23.500.000,-

Pesawat : Air Asia

Hotel : a. Mirage Al Salam (Madinah)/\*4 (jarak  $\pm 150$  meter)

b. Olayan Ajyad (Makkah)/\*4 (jarak  $\pm 350$  meter)

**2) Umrah Platinum**

Umrah Platinum adalah program paket Ibadah Umrah selama 12 hari (PP).

Harga : Rp. 26.500.000,-

Pesawat : Saudi Airline, Air Asia, Lion Air

Hotel : a. Mirage Al Salam (Madinah)/\*4 (Jarak  $\pm 150$  meter)

b. Hilton (Makkah)/\*5 plus (Turun hotel langsung pelataran masjidil haram)

**3) Umrah VIP**

Umrah VIP adalah program paket Ibadah Umrah selama 11 hari (PP)

Harga : Rp. 27.000.000,-

Pesawat : Saudi Airline, Malaysia Airline

Hotel : a. Durrat Al-Andalus (Madinah)/\*4 (Jarak  $\pm 100$  meter)

b. Movenpick (Makkah)/\*5 (Turun hotel langsung pelataran masjidil haram)

**4) Paket Haji Plus**

Paket Ibadah Haji Plus selama 28 hari (PP)

Harga : Rp. 210.000.000,- (Menunggu 1 tahun untuk keberangkatan)

Pesawat : Saudi Airline, Malaysia Airlines

Hotel : a. Durrat Al Andalus (Madinah)/\*4 (Jarak  $\pm 100$  meter)

b. Movenpick dan Hilton (Makkah)/\*5 (Turun hotel langsung pelataran masjidil haram)



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**5) Harga Tidak Termasuk**

1. Paspor
2. Suntik Vaksin Meningitis
3. Asuransi
4. Surat Mahrom (bila wanita dibawah usia 45 tahun) = Rp. 500.000,-
5. Kelebihan berat bagasi menurut ketentuan penerbangan
6. Keperluan pribadi (laundry, telp dan lain-lain)
7. Tiket Domestik dan akomodasi hotel untuk jamaah dari Daerah
8. Kursi roda dan pemandu khusus<sup>71</sup>

**6) Persyaratan Jamaah Umrah**

- 1) Mengisi formulir pendaftaran
- 2) Pembayaran DP Minimal Rp. 5.000.000,-
- 3) Paspor dengan nama tiga suku, contoh Ahmad Ibnu Abdillah
- 4) Foto copy KTP, KK, Buku Nikah, Akte lahir (bagi anak-anak)
- 5) Kartu kuning suntik vaksin meningitis
- 6) Pas foto 2 lembar ukuran 4 x 6
- 7) Penyerahan dokumen (Paspor dan Kartu Kuning) paling lambat 40 hari sebelum keberangkatan
- 8) Melakukan pelunasan biaya umrah paling lambat 40 hari sebelum keberangkatan

**7) Persyaratan Jamaah Haji Plus**

- 1) Foto copy KTP & KK masing-masing 5 Lembar
- 2) Foto copy Paspor 3 Lembar dan menyerahkan paspor asli
- 3) Foto copy Buku Nikah/Akte Kelahiran/Ijazah 3 Lembar
- 4) Foto berwarna dengan Background putih wajah close up 80% berjilbab selain putih untuk wanita
  - Ukuran 4 x 6 = 10 Lembar
  - Ukuran 3 x 4 = 10 Lembar

<sup>71</sup> Brosur, PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 5) Setoran awal DP HAJI PLUS + Nomor Porsi Rp. 50.000.000 kemudian pelunasan sesuai harga yang berlaku harus disetorkan selambat-lambatnya 6 bulan sebelum keberangkatan
- 6) Usia minimal 18 tahun
- 7) Mengikuti Peraturan Departemen Agama

**8) Ketentuan Pembatalan Keberangkatan**

- Di potong Rp. 2.500.000 setelah mendaftar
- Di potong 25% dari harga paket 4 Pekan sebelum berangkat
- Di potong dari 50% dari harga paket 3 pekan sebelum berangkat
- Di potong 75% dari harga paket 2 pekan sebelum berangkat
- Di potong 90% dari harga paket sepekan sebelum berangkat
- Di potong 100% pada 2 hari jelang keberangkatan<sup>72</sup>

**9) Rekening Resmi Perusahaan**

- BNI Syariah (8650 40 5204) atas nama PT. BIMALYND0 HAJAR ASWAD
- BRI (0170 01 003324 30 1) atas nama PT.BIMALYND0 HAJAR ASWAD

**H. Sumber Daya Manusia PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru**

Dalam pengekrutan karyawan PT. Bimalyndo Hajar Aswad, calon karyawan haruslah melewati berbagai rangkaian syarat yang sudah ditentukan. Kemudian akan dilakukan tes wawancara, yang dalam tes ini bisa langsung dari direktur atau direktur pemasarannya yang melakukan tes wawancara. Untuk menciptakan perusahaan yang baik untuk para calon jamaah dalam memberikan kenyamanan bersama PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru, tentunya ingin memiliki karyawan yang mempunyai kemampuan skill yang ahli dibidangnya. Kemudian calon karyawan yang sudah melakukan rangkaian tes tadi akan dinyatakan lulus, dan akan melakukan training selama 3 bulan umumnya disemua

<sup>72</sup> Brosur, PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan seperti ini. Namun berbeda dengan PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru, jika karyawan sudah berjalan melakukan training selama 2-3 minggu atau bahkan sebulan, dan karyawan tersebut sudah benar-benar bekerja dengan baik dan bertanggungjawab atas pekerjaan yang diberi, maka training tersebut dianggap tidak ada lagi. Dan karyawan tersebut sudah diakui sebagai karyawan di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru.<sup>73</sup>

Untuk SDM seperti *Tour Guide (mutawwif)* dan *Tour Leader* PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru itu sendiri akan diutus untuk mengikuti pelatihan ke Jakarta untuk mendapatkan sertifikat *Tour Leader* dan *Tour Guide* secara nasional, dengan maksud meningkatkan pelayanan yang baik untuk calon jamaah di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru.

#### I. Pencapaian PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru

Pada tahun 2020 target pencapaian PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru dengan jumlah 1000 jamaah. Dari awal tahun dari awal tahun 2019 sampai dengan saat sekarang ini jumlah jamaah yang sudah berangkat dengan PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru sudah berjumlah 1005. Jamaah telah berangkat oleh PT. Bimalyndo Hajar Aswad ini melebihi target awal. Jumlah jamaah ini belum termasuk jamaah yang belum berangkat pada bulan maret dan april. Tahun 2020 banyak jamaah yang tertunda keberangkatannya dikarenakan COVID-19, tetapi pada akhir tahun 2020 tepatnya pada akhir Oktober jamaah PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru diizinkan memberangkatkan calon jamaah umrah untuk melaksanakan umrah ke Baitullah. Jamaah yang sempat tertunda umrahnya dari februari sudah diberangkatkan semuanya terjadwal dari Oktober - Desember 2020. Selama pandemi proses penerimaan calon jamaah umrah terus dibuka untuk keberangkatan 2021-2022.

Pencapaian lainnya adalah keberangkatan pada bulan Desember ada 1 orang jamaah dari Negeri Jiran Malaysia yang memakai IC atau KTP Malaysia. Keberangkatan via KL. Dan lebih lanjut di katakan H. Muhammad Ali sebagai direktur pemasaran dari PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru, untuk

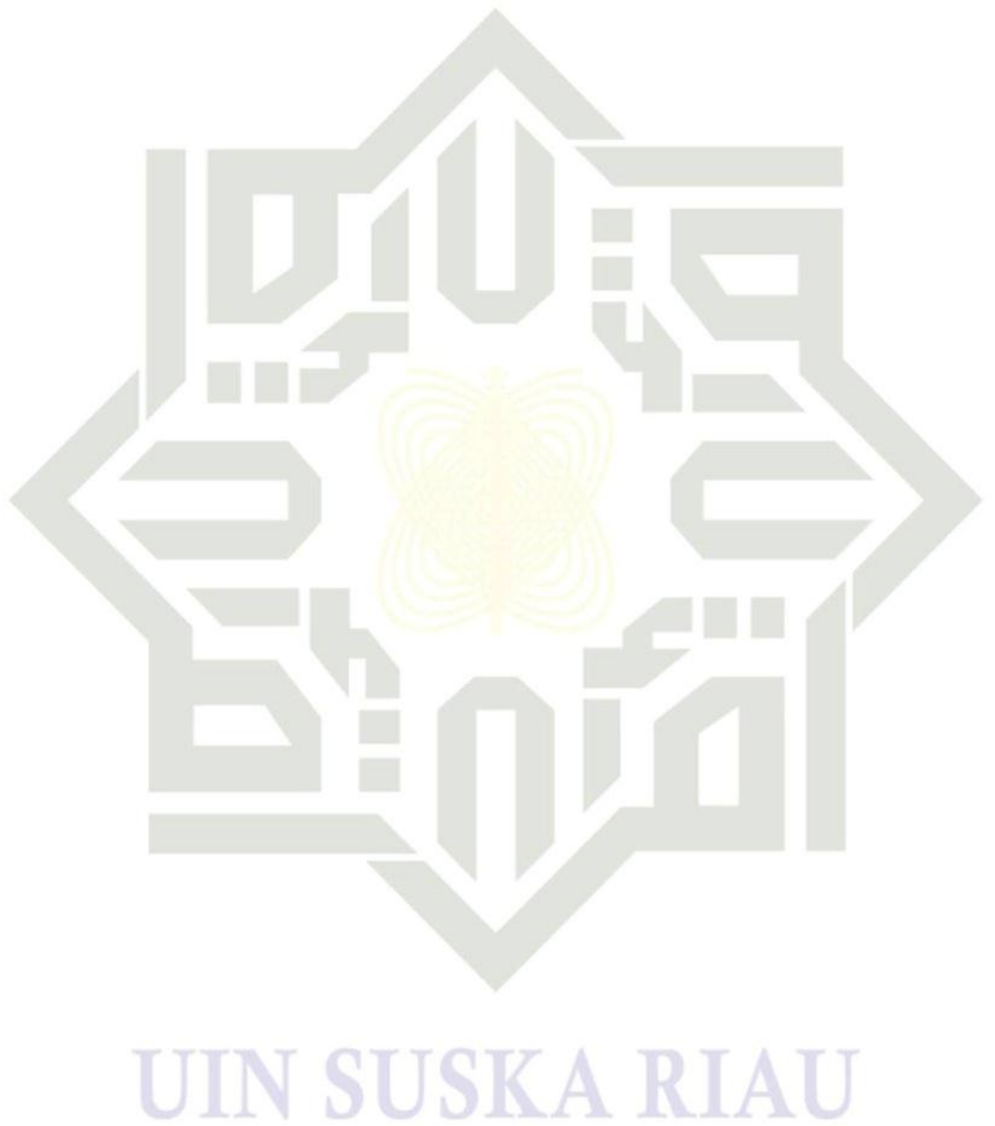
<sup>73</sup> Afriyadi hasil wawancara pada tanggal 04 Februari 2021



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kedepannya memiliki target akan memberangkatkan jamaah satu rombongan perbulannya. Dan sampai saat ini target itu juga sudah tercapai. Dalam perbulan keberangkatan bisa mencapai 2-3 kali keberangkatan.<sup>74</sup>



<sup>74</sup> Afriyadi hasil wawancara pada tanggal 04 Februari 2021



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dan analisis sebagai hasil penelitian, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Umrah di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru menggunakan Facebook, Instagram, WhatsApp, dan YouTube sebagai sarana promosi dan informasi. Beberapa fitur-fitur media sosial sudah dimanfaatkan secara maksimal, tetapi admin media sosial PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru belum menggunakan seluruh fitur media sosial tersebut sesuai dengan hasil *best practice* para ahli sehingga ada beberapa yang belum dimanfaatkan.

Teori yang digunakan adalah model penyusunan pesan. Merencanakan apa yang akan dilakukan demi sebuah tujuan yang diinginkan dan mengetahui manfaat sebuah proses dan memikirkan berbagai rencana tindakan.

### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis menyampaikan sejumlah saran sebagai berikut :

1. PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru harus lebih meningkatkan lagi dalam hal mengoperasikan media sosial facebook khususnya admin yang harus sering aktif dalam mengupdate tentang seputar informasi apa saja yang akan dibagikan/di infokan kepada para calon jamaah umrah, entah itu mengupload foto sampai dengan kegiatan apa saja yang dilakukan. Walaupun waktu yang menjadi penghalang setidaknya admin harus aktif dalam memberitahu informasi seputar perkembangan PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru sebagaimana seorang admin memanfaatkan media tersebut supaya eksis di dunia maya dan terlihat oleh semua orang yang memiliki media sosial khususnya facebook.



## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penggunaan media sosial instagram tentunya harus dibarengi dengan keaktifan adminnya. Terlepas dari itu admin merupakan orang yang berperan aktif dalam hal mengoperasikan media tersebut, walaupun admin mempunyai kegiatan lain setidaknya admin membagikan informasi kepada followers PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru agar semua orang yang menggunakan media sosial instagram mengetahui eksistensi yang dilakukan oleh PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru.

Whatsapp menjadi layanan messaging terpopuler karena simple dan banyak fitur yang memudahkan. Para calon jamaah kita masih ada beberapa yang menggunakan handphone. Karena sebagian besar calon jamaah kita adalah lansia yang tidak mengerti memakai gadget seperti android. Maka dari itu biasanya informasi diterima oleh anak atau kerabat dekat. Oleh karena itu PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru harus bekerja ekstra dalam menyampaikan informasi melalui media whatsapp ini agar bisa dipahami dan tersampaikan kepada calon jamaah kita.

Youtube sebagai media penyampaian informasi berupa video yang akan dibagikan kepada khalayak ramai melalui aplikasi youtube. PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru selalu menginformasikan kepada pihak-pihak terkait bahwasahnya sebagian kegiatan/informasi terkait PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru sudah dibagikan di youtube. Untuk mempertimbangkan calon jamaah kita yang sudah lansia PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru harus lebih giat dan detail dalam penyampain informasi agar para calon jamaah lansia yang tidak bisa memakai android bisa menonton dan tidak ketinggalan informasi apapun.

UIN SUSKA RIAU





## DAFTAR PUSTAKA

- Assyiri, *tentang penyelenggaraan ibadah haji*, Jawa Timur: Raja Grafindo persada 2012
- Andy Shera. *Step by step Internet Marketing*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010)
- Ahmad Roshif, "*startegi Promosi Melalui Media Online Yayasan Yatim Mandiri Surabaya*" (2017), accessed March 17, 2020, <http://digilib.uinsby.ac.id/18510/6/Bab%202.pdf>
- Ani Mulyati, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*, ( Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014 )
- Aljawiy, A. Y., Dan Muklason, A, *Jejaring Sosial Dan Dampak Bagi Penggunaanya, Jurnal Ilmiah Teknologi*, (Vol. 1 No. 1. 2011)
- Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012)
- Achmad Ramdani Fitriyadi, "*Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dan Twitter Untuk Memperkenalkan Komunitas Bismania*", *Serang: Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sulthan Ageng Tirtayasa*, 201
- Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Prenada Media Group, 2011.
- ....., *Penelitian kualitatif, komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2000)
- Boedi Priantoro, "*Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media WhatsApp*", (2019), 5, accessed May 5, 2020, <https://www.trijurnal.lemmit.trisakti.ac.id/semnas/article/view/5783/4534>
- Dokumentasi*, PT. Bymalindo Hajar Aswad Pekanbaru, 2 April 20
- ....., PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru, 10 Februari 2020
- Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis* (Jakarta: Erlangga, 2006)
- Departemen Agama, *Al-Quran dan terjemahnya*, Q.S Al-Imran (3): 104

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Desi Purnama Sari, “*Sebagai Sarana Promosi Minat Baca Anak Di Perpustakaan Reading Is Fun Jakarta Selatan*”, Jakarta: Fakultas Adab Dan Humaniora UIN Syarif Hidayatullah, 2017.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2015)
- Evans, Dave, *Sosial Media Marketing: An Hour a Day*. Willey Publishing, Inc: Canada 2008
- Efendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1993)
- Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018)
- Fandy Tjiptono, *prinsip-prinsip total cuality cervice*, Yogyakarta: Andi, 2001.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir. A. S. (2016). Kareba. *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*, 5(2), 259-272. Diakses melalui E-Journal <http://journal.unhas.c.id/index.php/kareba/article/view/1905/1063>
- Hasby Ash shaiddieqy, *Pedoman haji*, Jakarta: bulan bintang 1983.
- Hemawan, C. W. *Cara Mudah Membuat Komunitas Online dengan PHPBB*, (2009)
- Hafed Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2009)
- Hudhain, *Metodelogi Penelitian Untuk Bimbingan Skripsi*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008)
- Hootsuite. *The All-in-One Socia. Media Strategy Workbook*. ( Canada: Hootsuite )
- Helwanthusef, J. *YouTube Marketing Panduan Praktis dan Lengkap Belajar Pemasaran Lewat YouTube* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016)
- Helwanthusef, J. *88 Cara Inspiratif Cari Uang di Internet* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012)
- Harbi Hanafi, dkk., “*Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Website UB terhadap Sikap Pengguna Pendekatan TAM*”, Artikel diakses pada tanggal 12 Juli 2021 dari <http://administrasi.studentjournal.ub.ac.id>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- ....., *Buku Pintar Facebook dan Twitter Marketing*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012)
- Ipa Farihah, *Buku Panduan Penelitian*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta: UIN Press, 2006.
- Introduction : *New York Routledge*, 2009
- Iman Kenrianto, *Bisnis Online Revolution* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016)
- Iman Gynawan, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Joglyanto, *Sisitem Tkenologi Informasi : Edisi III* (Yogyakarta : Andi Publisher 2009)
- Kotler, P. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Pt. Prenhallindo, 2000)
- Kurniawan, Ferdinand Budi & Sanjaya, R. *Cari Duit Dengan Paid Review dan Blogger* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011)
- Lexi J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014
- Lorens Bagus. *Kamus Filsafat* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2005)
- Lister, M, Dovey, J, Giddings, S & Kelly, K. *New Media, A critical Introduction:* ( New York Rout ledge, 2009 )
- Lorens Bagus. *Kamus Filsafat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005)
- Lasmadiarta, *Extreme Facebook Marketing For Giant Profits*. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011)
- Muhammad Baqir Al-Habsi, *Fiqh Praktis*, Bandung: Mizan, 1999.
- Muhammad Nazmuddin Zuhdi dan Muh. Luqman Arifin, *Masalah Haji*. 107
- M. Abdul Malik Zuhri, “*Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Library Based Community (Study Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas)*”, Semarang: Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.
- Muhammad Nazir, *Metode Penelitian*, ( Jakarta: Erlangga, 1999 )
- Machfoedz, M., *Komunikasi Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Cakra Ilmu 2010)





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- McQuail, D. *Teori Komunikasi Massa Mcquail Edisi 6*. (Jakarta : Salemba Humanika, 2011)
- Muhaqin, Z., *Facebook Marketing Dalam Komunikasi Pemasaran Modern, Teknologi*, (Vol. 1 No. 2., pp)
- Menurut Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *Penelitian Kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik maupun bentuk itungan lainnya*.
- Noeng Muhajir, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rake Sarasin, 1996.
- Norman K. Denzim dan Yvonna S., “Pendahuluan: Memasuki Bidang Penelitian Kualitatif” dalam Norman K. Denzim dan *Kualitatif Research*, Penerj. Dariyanto dkk.
- Nurudin. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi* (Yogyakarta: Buku Litera, 2012)
- Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis*, Jakarta: PT. Indeks, 2009
- Putra, Y. S. (2016). Among Makarti. Theoretical Review : *Teori Perbedaan Generasi*. 9(18), 123-134. Diakses melalui E-Journal : <http://jurnal.stieama.ac.id/index.pp/ama/article/viewFile/142/133>
- Peter Salim, *Kamus Besar Indonesia Kontemperer*, Jakarta: Modern English Press, 2002.
- Pengertian whatsapp: sejarah, Manfaat, Kekurangan Dan Kelebihan WhatsApp. Mastekno (n.d), accessed December 25, 2019, <https://www.mastekno.com/id/pengertian-whatsapp>
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: ERLANGGA, 2008)
- Rosady Ruslan, *Etika kehumasan konsepsi dan aplikasi*, Jakarta: Grafindo Persada, 2006.
- Respati, W. Humaniora. *Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi Di Indonesia*, (2014). Diakses melalui E-Journal: <https://media.neliti.com/media-massa-menuju-era-masy.pdf>
- Sayid Sabiq, Adah Islam, *pola hidup manusia beriman*, Bandung: Diponegoro, 2005



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Soerjono Soekanto, *Sosiologi : Suatu Pengantar* (Jakarta: cv. Rajawali, 1985)
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- ....., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: CV. Alfabeta, 2008.
- ....., *Metode Penelitian Pendidikan*, ( Bandung: Alfabeta, 2013)
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- ....., *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Schmitaur, A. *Vlog Like a Boss*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2018)
- Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1987)
- Sumardi. *Metode Penelitian kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012)
- Soerjono Soekanto, *Sosiologi: Suatu Pengantar* (Jakarta: CV. Rajawali, 1985)
- Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995)
- Tjiptono, Fandy & Chandra, G. *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: ANDI, 2012)
- Tika Pabundu Moh, *Metodelogi Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2016)
- Stanton, W. T., *The 6 Types of Marketing*, (Jakarta: Erlangga 1993)
- Tobrin, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan konseling*, (Jakarta: Rajawali pers, 2013)
- Wikipedia Foundation, “pengertian jamaah,” wikipedia.org, dalam <https://id.m.wikipedia.org/wiki/jamaah> (diakses pada tanggal 22 Oktober 2020)
- WhatsApp, Wikipedia (n.d), accessed Desember 25, 2019, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>
- William L. Rivers – Jay W. Jensen Theodore Peterson. *Media Massa & Masyarakat Modern* (Jakarta: Prenada Media, 2004)



## LAMPIRAN 1

### DAFTAR PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA

1. Apa manfaat facebook sebagai media informasi?
2. Apa tujuan Anda memilih jejaring sosial facebook?
3. Sejak kapan group facebook dibuat?
4. Apa nama groupnya dan siapa saja admin yang terlibat dalam pemanfaatan mengoperasikan media sosial facebook?
5. Berapa sering mengupdate status di facebook?
6. Informasi apa saja di update?
7. Apakah dengan adanya facebook PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru semakin banyak kegiatan yang dilakukan ?
8. Apakah setiap kegiatan PT. Bimalyndo Hajar Aswad selalu di update ke facebook?
9. Kapan facebook itu dibuat?
10. Setelah adanya facebook sebagai media informasi, meningkatkah jumlah calon jamaah umrah di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru?
11. Setelah adanya instagram, pemanfaatan seperti apa untuk menyampaikan informasi?
12. Apa tujuan Anda memilih jejaring sosial instagram?
13. Berapa sering mengupdate status di instagram?
14. Informasi apa saja yang diupdate?
15. Informasi apa saja yang di dapat setelah adanya instagram?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

16. Bagaimana perkembangan PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru setelah adanya media sosial instagram?
17. Bagaimana tanggapan calon jamaah tentang pemanfaatan media sosial whatsapp sebagai media informasi?
18. Apa tujuan Anda memilih jejaring sosial whatsapp?
19. Informasi apa saja yang di update?
20. Berapa jumlah anggotanya?
21. Apakah semua calon jamaah di masukkan kedalam group whatsapp?
22. Seperti apa penyampaian pesan kepada calon anggota jamaah umrah?
23. Siapa saja admin yang terlibat dalam pemanfaatan media sosial sebagai media informasi?
24. Bagaimana pemanfaatan youtube sebagai media informasi?
25. Seperti apa pandangan Anda ketika sudah memanfaatkan youtube?
26. Coba Anda jelaskan sekilas tentang video effect yang sudah dibagikan di media youtube?
27. Video seperti apa yang sudah di upload ke youtube PT. Bimalyndo Hajar Aswad ?
28. Apakah dengan adanya media youtube bertambahnya banyak peminat masyarakat untuk mendaftar umrah?
29. Siapa saja yang terlibat dalam pemanfaatan media sosial youtube sebagai informasi?
30. Apakah semua video naik views nya?
31. Mengapa video-video yang di upload masih sedikit?

## FOTO DOKUMENTASI



**Jamaah Umrah pada Saat di Bandara**



**Jammar Umrah Pada saat berada di tanah Suci**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Pelaksanaan Manasik Umrah di Kantor  
PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru**



**Pelaksanaan Manasik Umrah di Kantor  
PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru**



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Pelaksanaan Manasik Umrah di Kantor  
PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
CALON JAMAAH UMRAH DI PT. BYMALINDO HAJAR ASWAD  
PEKANBARU**

Disusun Oleh:

**HIKMAH TURRAHMI**  
NIM : 11740423814

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 26 Juni 2020

Pembimbing

**Khairuddin, M.Ag**  
NIP.197208172009101002

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Manajemen Dakwah**

**Imron Rosidi, S.Pd., MA., Ph.D**  
NIP.198111182009011006





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hal : Naskah Riset Proposal

Pekanbaru, 26 Juni 2020

Kepada Yth,

**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

Di

Tempat

*Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarakatu.*

Dengan hormat,

Setelah membaca, menulis dan memberi penunjuk serta mengadakan perubahan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing menyetujui bahwa riset proposal saudara **HIKMAH TURRAHMI, NIM 11740423814** dengan judul **“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH CALON JAMAAH UMRAH DI PT. BYMALINDO HAJAR ASWAD PEKANBARU”** untuk diajukan pada seminar proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatian bapak kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pembimbing,

**Khairuddin M. Ag**

**NIP.197208172009101002**





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**كلية الدعوة و الاتصال**

**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051 Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: [fdk@uin-suska.ac.id](mailto:fdk@uin-suska.ac.id)

Nomor : B-2790/Un.04/PP.00.9/05/2020  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 Berkas  
Hal : Penunjukan Pembimbing  
a.n. **Hikmah Turrahmi**

Pekanbaru, 12 Mei 2020

Kepada Yth.

**Khairuddin, M.Ag**

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **Hikmah Turrahmi** NIM. 11740423814 dengan judul "**Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jama'ah Umrah Di PT. Bymalindo Hajar Aswad Pekanbaru**" saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.



Wassalam  
Dekan,

Dr. Nurdin, MA \*  
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Ketua Jurusan Manajemen Dakwah



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU  
Email : [dpmpstp@riau.go.id](mailto:dpmpstp@riau.go.id)

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMP-TSP/NON IZIN-RISET/39794  
TENTANG

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/942/2021 Tanggal 2 Februari 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Nama              | : HIKMAH TURRAHMI   |
| 2. NIM / KTP         | : 11740423814   |
| 3. Program Studi     | : MANAJEMEN DAKWAH  |
| 4. Jenjang           | : S1  |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH CALON JAMA'AH UMRAH DI PT. BIMALYNDY HAJAR ASWAD PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : PT. BIMALYNDY HAJAR ASWAD PEKANBARU   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 18 Maret 2021



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PROVINSI RIAU

#### Tembusan :

#### Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**HIKMAH TURRAHMI**, Lahir di Bangkinang Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar, Riau. Pada tanggal 01 April 1999. Penulis lahir dari pasangan Ayahanda tercinta Syahril dan Ibunda tersayang Yeni Kasmawati, dan memiliki satu saudara laki-laki yang bernama Muhammad Khairul Azmi dan dua saudara perempuan yang bernama Rahmatul Fitri, Maufirotul Fitri. Pendidikan formal yang telah ditempuh adalah Sekolah Taman kanak-kanak Kelurahan Pulau, Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar, Riau. Madrasah Tsanawiyah PP Al-Hikmah Pulau (MTS), Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar, Riau. Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Bangkinang, Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar, Riau dan Strata Satu (S1) Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sulthan Syarif Kasim Riau tahun 2021.

Tahun 2020 penulis mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KUKERTA) di Desa Muara Uwai, Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar, Riau. Kemudian mengikuti Program Praktek Kerja Profesi (Job Training) di Travel Haji, Umrah dan wisata di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru.

Dalam bidang akademik, penulis melakukan penelitian di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru dengan judul: **“Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Umrah di PT. Bimalyndo Hajar Aswad Pekanbaru”**.

UIN SUSKA RIAU